

# Rapport ESG 2025



# Table des matières

## 1 Avant-propos

## 2 Notre engagement en faveur d'un modèle commercial durable

3 Notre approche en matière d'ESG

4 Qui sommes-nous ?

6 Notre chaîne de valeur

8 Adhésion au Better World Playbook du Bauer Media Group

9 Priorités ESG de Bauer Media Outdoor en 2025

10 Nos progrès et notre impact

12 Créer de la valeur commune avec nos partenaires

13 Gouvernance et responsabilisation

## 14 Agir en faveur d'un monde meilleur : notre planète

16 Notre stratégie environnementale

17 Définition et communication des objectifs de zéro émission nette

18 Plan de transition climatique de Bauer Media Outdoor

19 Participation de nos équipes à la stratégie climatique

19 Exemple de leviers de décarbonation : le transport maritime à faibles émissions

20 Évaluation et suivi des risques climatiques

20 Moyens par lesquels les achats et la diligence raisonnable contribuent à notre programme environnemental

21 Principaux domaines de risque visés par nos évaluations

22 Exemples de risques associés au changement climatique

23 Principales hypothèses et dépendances impactant notre cap vers le zéro émission nette

26 Principaux axes de notre programme environnemental

## 38 Agir en faveur d'un monde meilleur : nos collaborateurs

40 Santé, sécurité et bien-être

41 Équité, rémunération et conditions de travail

42 Compétences, capacités et état de préparation pour l'avenir

43 Apprentissage et développement

43 Notre proposition de valeur aux employés

44 Diversité, équité et inclusion

45 Voix de salariés, engagement et responsabilisation

## 46 Agir en faveur d'un monde meilleur : nos communautés

48 Notre approche axée sur une plateforme pour le bien

49 Diffuser des messages d'intérêt général

50 Un canevas extérieur de créativité

51 Éducation et emploi

52 Promouvoir la diversité, l'équité et l'inclusion sur tous nos marchés

53 Faire progresser la santé publique et le bien-être psychologique

54 Générer une valeur sociale et des avantages collectifs

54 Engagement bénévole des employés

55 Valeurs sociales au sein de notre chaîne d'approvisionnement

55 Notre politique et nos procédures en matière de droits humains

## 56 Cas concret : Bauer Media Outdoor Danemark

## 60 Agir en faveur d'un monde meilleur : notre gouvernance

62 Champ d'application et contexte

62 Cadre de gouvernance de Bauer Media Outdoor

63 Gestion des risques et garantie

64 Politiques et normes

65 Approvisionnement, diligence raisonnable et gouvernance de la chaîne d'approvisionnement

65 Pratiques commerciales éthiques

66 Normes de publicité responsable et politique publique

67 Protection de la vie privée, protection des données et cyber-sécurité

69 Regard sur la ligne d'horizon : nos futures priorités ESG

## 70 Glossaire des termes clés

# Avant-propos

2025 a été pour Bauer Media Outdoor une année de changements. Notre entrée dans le Bauer Media Group marque une étape importante de notre croissance et nous apporte l'envergure, les ressources et le soutien à long terme nécessaires pour accélérer le développement responsable de notre activité Out of Home (en extérieur) dans toute l'Europe.

Face à ces changements, notre objectif est demeuré clair : offrir davantage de valeur à nos partenaires, à nos annonceurs et aux communautés pour lesquelles nous travaillons.

En 2025, nous avons lancé de nouveaux produits innovants qui illustrent la manière dont l'activité Out of Home continue d'évoluer, notamment notre abri Milestone, spécialement conçu pour améliorer l'accessibilité, la sécurité, le confort et la durabilité, ainsi que notre programme Revive, qui prolonge la durée de vie des actifs par la remise à neuf et le redéploiement des structures existantes au lieu d'en fabriquer de nouvelles. Ces deux initiatives démontrent comment l'innovation appliquée peut jouer un rôle dans la réduction des déchets, la diminution des émissions et la création de valeur commerciale.

L'année à venir sera axée sur la prise de mesures concrètes : développer ce qui fonctionne et veiller à ce que la pérennité s'intègre dans chacune de nos décisions d'investissement. Notre intégration au sein du Bauer Media Group nous donne l'opportunité, mais aussi la responsabilité qui l'accompagne, de continuer à rehausser les attentes qui pèsent sur l'activité Out of Home.

Nous remercions nos équipes, nos partenaires et nos clients pour leur soutien continu au cours de cette année exceptionnelle marquée par le changement. Nous avons hâte de créer ensemble une entreprise plus innovante, plus pérenne et plus responsable.



**Justin Cochrane**  
Président d'Outdoor et PDG de BMO UK

# Notre engagement en faveur d'un modèle commercial durable

Bauer Media Outdoor s'engage à être une plateforme pour les marques et une plateforme pour le bien. En tant qu'entreprise du secteur des médias Out of Home (OOH), nous considérons que les médias de qualité doivent être au service des citoyens comme des annonceurs. Nous construisons, au sein du Bauer Media Group, une plateforme qui œuvre pour notre planète, nos citoyens et nos communautés, en créant un impact dont l'objectif est de stimuler les résultats commerciaux, d'enrichir la vie publique et de réduire notre empreinte environnementale. En tant qu'opérateur d'infrastructures de médias publics, la mise en œuvre de pratiques ESG efficaces est essentielle pour conserver la confiance des villes, des partenaires et des communautés que nous servons.

Grâce à notre modèle commercial, notre objectif consiste à associer réussite commerciale et responsabilité environnementale et sociale. En intégrant les principes de durabilité dans la conception, l'exploitation et la gouvernance de notre réseau, nous voulons nous assurer que la création de valeur destinée aux annonceurs contribue également à une création de la valeur pour les communautés des villes où nous sommes opérés.



## Notre approche en matière d'ESG

En tant qu'entreprise européenne de premier plan dans le secteur de la publicité extérieure (OOH), Bauer Media Outdoor aide les communautés à relever certains des défis, tant majeurs que modestes, qui ont un impact sur la vie quotidienne des gens. Dans la mesure où notre média occupe l'espace public, nous avons la possibilité d'utiliser des technologies, un design et une créativité qui, selon nous, peuvent apporter une valeur ajoutée.

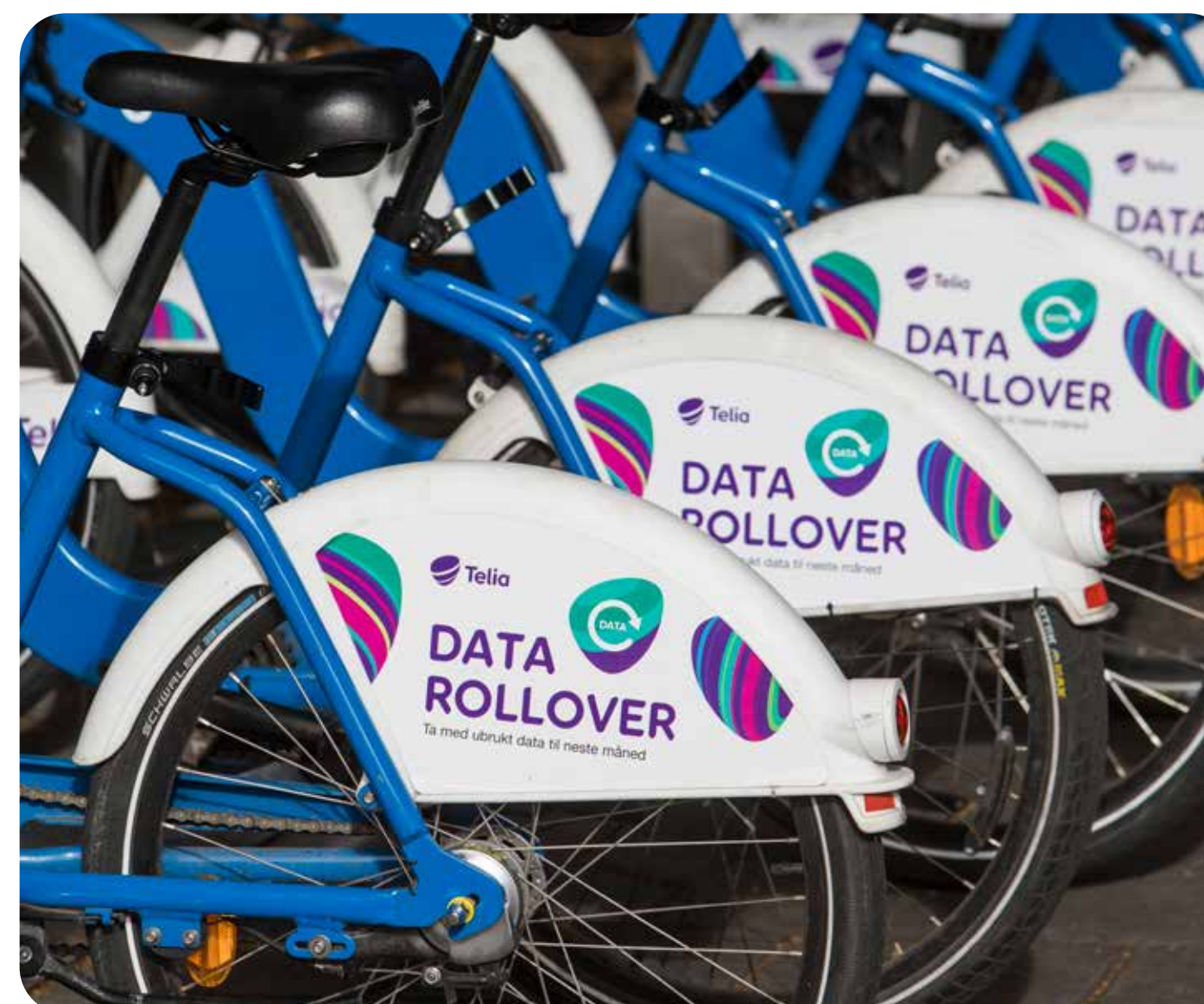
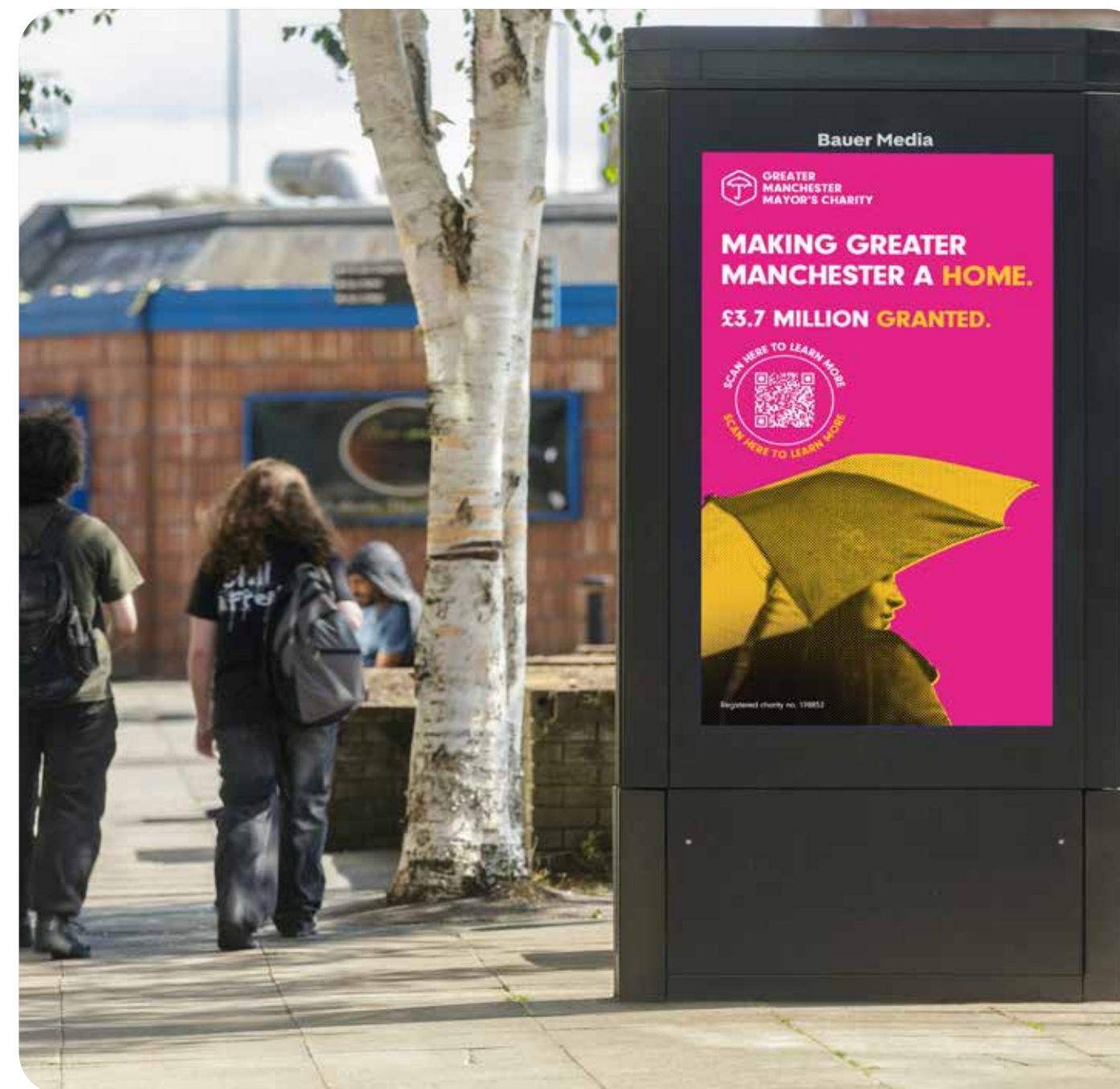
Cette année marque la publication de notre cinquième rapport ESG, qui témoigne de notre engagement continu en faveur de pratiques commerciales responsables. Nous sommes ravis de pouvoir mettre en avant certains des partenariats sociaux durables qui ont été noués grâce à nos efforts sur le long terme. Ce rapport ESG fait le point sur les progrès que nous avons réalisés au cours des douze derniers mois et présente les domaines qui retiennent désormais toute notre attention dans un contexte où notre activité ainsi que le paysage réglementaire, social et commercial continuent d'évoluer.

Nos activités s'appuient sur des principes éthiques précis qui orientent notre conduite à tous les niveaux de l'entreprise. Nous encourageons nos collaborateurs à se saisir des défis, à faire preuve de transparence et à apporter des solutions qui reflètent à la fois nos valeurs et les attentes de nos parties prenantes.

La stratégie ESG de Bauer Media Outdoor, qui est conforme au Code de conduite du personnel adopté par le Bauer Media Group, s'applique à l'ensemble de nos activités par le biais de nos politiques d'entreprise, de nos pratiques en matière d'approvisionnement, de nos initiatives en faveur des personnes et de la culture, de nos activités caritatives et de notre engagement communautaire.

Notre approche repose sur quatre domaines clés :

- **Réduire l'impact sur l'environnement**, à savoir diminuer la consommation d'énergie, poursuivre la décarbonation et donner la priorité à la longévité des actifs, tout en réutilisant et en recyclant les matériaux de manière responsable.
- **Responsabiliser les salariés**, à savoir offrir un cadre de travail sûr et inclusif qui attire divers talents et favorise leur épanouissement.
- **Créer une valeur en faveur de la communauté**, à savoir apporter un appui aux villes et communes par des infrastructures responsables et faire passer des messages à caractère caritatif, culturel et social.
- **Gouvernance solide**, à savoir préserver l'intégrité, la transparence et la conformité sur tous les marchés.



## Qui sommes-nous ?

Bauer Media Outdoor exploite, dans le secteur de l'affichage OOH, l'un des principaux réseaux publicitaires d'Europe, qui est présent dans 12 pays et qui compte plus de 110 000 actifs répartis dans divers centres de transport, rues commerçantes et espaces publics. Grâce à un portefeuille varié d'infrastructures publiques et d'emplacements emblématiques, nous aidons les annonceurs à capter chaque jour l'attention de millions de personnes, à des moments clés, là où elles vivent, travaillent et voyagent.

En alliant l'analyse des données, des capacités de programmation et l'innovation, nous créons des expériences publicitaires personnalisées et quantifiables qui suscitent un intérêt et produisent un impact. Notre réseau offre une vraie valeur aux annonceurs, tout en soutenant les communautés et en atténuant notre empreinte sur la planète.

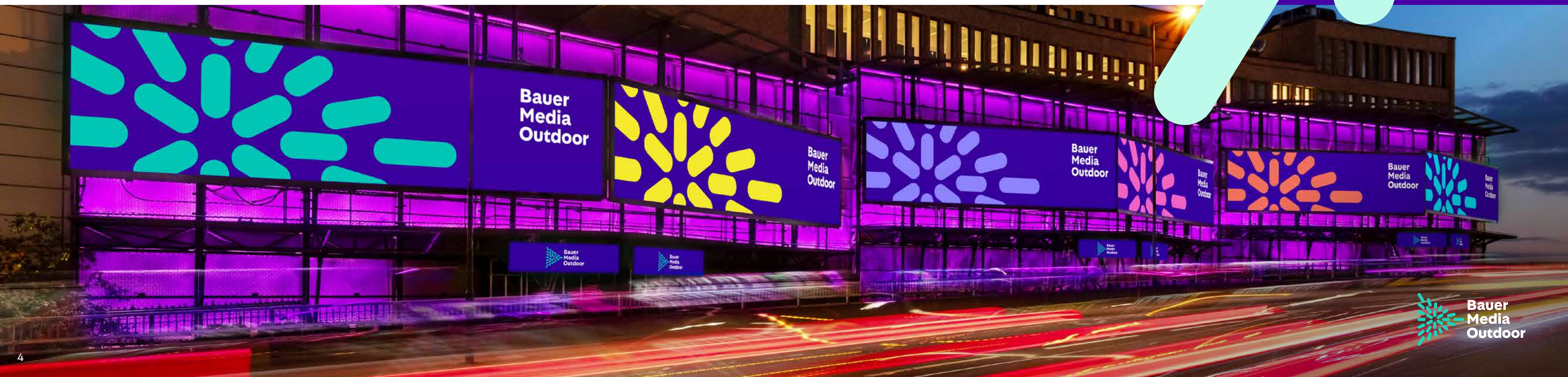
En mars 2025, Bauer Media Outdoor a intégré Bauer Media Group, une entreprise européenne leader dans le secteur des médias. Le Bauer Media Group, créé à Hambourg en 1875 et qui appartient toujours à la même famille, opère dans 16 pays et emploie près de 12 000 salariés. Dans le cadre stratégique et sous la supervision du Bauer Media Group, Bauer Media Outdoor prend en charge la responsabilité opérationnelle de son portefeuille OOH et met en œuvre ses engagements ESG.

Bauer Media Outdoor a aligné ses activités en matière de durabilité sur la stratégie de durabilité du Bauer Media Group, telle que présentée par son Better World Playbook. La stratégie du Bauer Media Group est basée sur trois piliers : **notre planète, nos collaborateurs et nos communautés**. Ces piliers orientent la manière dont Bauer Media Outdoor gère son impact environnemental, responsabilise ses collaborateurs et apporte sa contribution aux lieux où elle opère.

### Valeurs servant de base à notre activité

Nous adhérons à des pratiques commerciales responsables qui respectent la diversité des priorités et offrent des solutions durables. Quel que soit le lieu où nous intervenons, nous collaborons avec les communautés pour faire de la publicité extérieure une véritable « plateforme pour le bien ».

Nos valeurs nous guident dans la réalisation de cet objectif : **la passion**, qui nous pousse à réaliser l'impossible ; **l'esprit d'entreprise**, qui nourrit notre agilité et notre capacité d'adaptation ; **la confiance**, qui garantit l'honnêteté et l'intégrité de chacune de nos actions ; et **l'excellence**, qui nous incite à placer la barre toujours plus haut et à obtenir des résultats hors du commun.





## Cas concret : Cash for Kids (UK)

En 2025, après l'arrivée de Bauer Media Outdoor dans le Bauer Media Group, nous avons lancé avec Cash for Kids une collaboration conforme à l'engagement de longue date pris par les activités Audio et Édition du Bauer Media Group au Royaume-Uni.

Cash for Kids est, au Royaume-Uni, l'organisme caritatif officiel du Bauer Media Group. Opérant sous son nom officiel, à savoir Bauer Radio's Cash for Kids (avec quatre organismes caritatifs agréés couvrant différentes régions du Royaume-Uni), il apporte un soutien à des enfants et des jeunes défavorisés touchés par la pauvreté, souffrant d'une maladie ou de négligence ou ayant d'autres besoins, en leur offrant la possibilité de réaliser leur potentiel. Cet organisme caritatif opère dans 23 régions du Royaume-Uni par l'intermédiaire d'équipes locales.

Ces équipes font partie intégrante des communautés qu'elles servent, et veillent à ce que les fonds recueillis restent dans la région où ils ont été obtenus et bénéficient directement aux enfants et aux jeunes de la communauté concernée.

Entre juillet et mi-septembre 2025, lors de la période prévue pour la campagne d'affichage OOH, Cash for Kids a constaté une augmentation de plus de 120 % du nombre d'utilisateurs de son site Web par rapport à la même période de l'année précédente. Le nombre de pages vues a augmenté de plus de 50 % et les dons effectués sur le site web national de Cash for Kids se sont également envolés pendant cette période. Cash for Kids a également été, pour Noël 2025, le partenaire caritatif de Bauer Media Outdoor UK. Outre les publicités affichées sur tout notre réseau britannique, nos collègues du Royaume-Uni ont participé à la campagne Mission Christmas de cet organisme caritatif en faisant du bénévolat, en collectant des fonds et en effectuant des dons.



## Notre chaîne de valeur

Notre chaîne de valeur comprend les matériaux, l'énergie et l'expertise qui font fonctionner notre réseau OOH, qu'il s'agisse des fournisseurs qui nous approvisionnent en composants et en matériaux, de nos propres équipes qui assurent la conception, la construction et la maintenance des actifs, ou encore de nos partenaires commerciaux et du secteur public qui facilitent leur déploiement et leur utilisation, notamment les municipalités, les annonceurs et les agences.

À chaque étape, nous évaluons les principaux impacts, risques et dépendances de nos activités : l'approvisionnement en métaux, en verre et en composants électroniques ; la consommation énergétique des écrans numériques ; ainsi que les considérations sociales liées à l'emplacement de nos actifs et à leur mode de déploiement. Ces évaluations dictent nos priorités en matière de durabilité et nous aident à respecter, au sein du Bauer Media Group, les obligations futures prévues par la Corporate Sustainability Reporting Directive (la directive CSRD).

Le schéma figurant à la page suivante donne un aperçu de notre chaîne de valeur, ainsi que des principales activités et relations concernant les intrants en amont, de nos propres opérations et de nos relations externes qui déterminent l'approche ESG de Bauer Media Outdoor.

# Intrants en amont

Les activités, les relations et les ressources qui contribuent à la conception, à la production et à la fourniture de nos actifs et services.



Une collaboration avec des bailleurs des secteurs public et privé.



Les matières premières destinées aux actifs infrastructurels (composants pour abribus, écrans d'affichage, locations de vélos en libre-service).



La fabrication d'actifs (abribus, écrans d'affichage, locations de vélos en libre-service, kiosques téléphoniques).



Le transport des actifs du site de production aux marchés.



Les services de construction.



Les intrants de produits liés à la biodiversité.



Le carburant et l'énergie.



Les données saisies pour les produits Bauer Media Outdoor Insight.

# Nos propres opérations

Les activités et les actifs détenus ou contrôlés par Bauer Media Outdoor et gérés dans le cadre de nos opérations quotidiennes.

## Salariés & lieu de travail



Apporter un appui à nos salariés.

## Gestion des opérations et du cycle de vie des actifs



Développement de produits.



Exploitation des kiosques téléphoniques.



Exploitation de nos actifs de publicité numérique et d'affiches classiques.



Maintenance des actifs.



Gestion des abribus.



Collecte et recyclage.



Gestion des locations de vélos en libre-service.



Carburant et énergie.

## Partenariats publicitaires commerciaux



Collaboration avec des agences de médias et des annonceurs.

## Gouvernance, éthique et contribution à la société



Dons caritatifs et interventions humanitaires.



Respect de la réglementation.



Participation industrielle.

# En aval

Les utilisateurs finaux et les autres parties prenantes de la chaîne de valeur en aval qui voient ou utilisent nos actifs et services, ou qui interagissent avec eux.

## Publics publicitaires & portée



Public visé.

## Utilisateurs des infrastructures publiques



Usagers des moyens de transport.



Utilisateurs du service de location de vélos en libre-service.



Utilisateurs de kiosques téléphoniques.

# Adhésion au Better World Playbook du Bauer Media Group

Notre approche en matière de durabilité correspond au Better World Playbook du Bauer Media Group, qui fixe la stratégie mondiale du groupe à cet égard. Cette stratégie repose sur trois piliers :



## Notre planète

Réduire l'impact environnemental et accompagner la transition vers une économie à faible émission de carbone.



## Nos salariés

Créer des lieux de travail inclusifs, sûrs et valorisants.



## Nos communautés

Faire preuve de reconnaissance par des partenariats caritatifs et ayant un impact sur la société.

Bauer Media Outdoor applique ces principes dans toutes ses activités. Nos engagements et politiques en matière de durabilité font partie intégrante de nos fonctions commerciales et bénéficient de l'appui de Responsables de la conformité et de la durabilité sur chaque marché, afin de garantir une mise en œuvre uniforme dans tous les pays.

Au fur et à mesure que Bauer Media Outdoor poursuit son intégration dans le Bauer Media Group, nous nous concentrons sur le renforcement du lien entre les performances en termes de durabilité et la croissance commerciale, en contribuant à la résilience, à la pertinence et à la responsabilité à long terme de notre réseau OOH à l'heure où les économies s'orientent vers un avenir à faible émission de carbone.



# Priorités ESG de Bauer Media Outdoor en 2025

En 2025, nos priorités se sont appuyées sur les bases posées au cours des années précédentes et ont mis en évidence les domaines dans lesquels Bauer Media Outdoor a concentré ses efforts pour apporter une valeur ajoutée sur le plan environnemental et social.



Le schéma récapitule ces domaines ESG prioritaires ainsi que la manière dont ils ont guidé nos décisions sur nos différents marchés au cours de l'année, en intégrant des pratiques commerciales responsables dans nos opérations quotidiennes et nos processus de planification à long terme.



## Une plateforme pour le bien

Notre plateforme permet aux marques de promouvoir dans les espaces publics leurs initiatives en matière de durabilité et de responsabilité sociale des entreprises.



|  |  |  |   |  |
|--|--|--|---|--|
|  |  |    |         |  |
| <b>Culture</b>   | <b>Communautés</b>   | <b>Éthique dans la gouvernance</b>   | <b>Éthique environnementale</b>   | <b>Équité dans les relations</b>   |
| Diversité, équité et inclusion - bien-être des parties prenantes - droits humains.   | Dons éthiques et parrainage - contributions SmartCity - développement de produits.   | Surveillance et responsabilité rigoureuses - lutte contre la corruption et conformité - cybersécurité et protection des données. | Pratiques environnementales durables et réduction de nos émissions de gaz à effet de serre. | Comprendre nos relations avec les tiers et notre chaîne d'approvisionnement.         |

# Nos progrès et notre impact

L'approche ESG de Bauer Media Outdoor s'est développée sur plusieurs années, au fur et à mesure que nous tâchons d'intégrer des pratiques commerciales responsables dans tous nos marchés. L'innovation, la durabilité et l'éthique font désormais partie intégrante de nos activités, ce qui nous aide à obtenir de meilleurs résultats pour nos partenaires publicitaires, les communautés que nous servons et notre planète.

## Étapes clés de Bauer Media Outdoor



Nous avons lancé notre Programme environnemental, qui énonce des priorités claires en matière d'énergie, de déchets et de climat.

Nous avons publié notre politique environnementale, déclaré nos émissions de gaz à effet de serre (GES) au Royaume-Uni à travers le Carbon Disclosure Project (CDP), élargi notre Proposition de valeur à l'attention de nos employés et ajouté des critères ESG dans la rémunération des cadres.

Nous sommes devenus le premier propriétaire de médias OOH à prendre un engagement par rapport à la Science Based Targets Initiative (SBTi) ; Bauer Media Outdoor Royaume-Uni a obtenu la note « A- » au CDP ; nous avons renforcé l'audit des émissions de GES et participé à des études sectorielles sur la durabilité et l'impact sur les communautés.

Nous avons obtenu auprès de SBTi la validation de nos objectifs de décarbonation, apporté notre contribution au Cadre mondial pour la durabilité des médias (GMSF), mis en place des formations sur le respect et la lutte contre le harcèlement sur le lieu de travail, et renforcé nos programmes sur l'IA, la confidentialité, la cybersécurité et la lutte contre la corruption\*.

Dans le cadre du Bauer Media Group, nos progrès ont inclus ce qui suit :

- Alignement de notre stratégie ESG sur le Better World Playbook de Bauer Media Group.
- Publication du Plan de transition climatique de Bauer Media Outdoor, qui présente notre passerelle vers zéro émission nette.
- Amélioration des systèmes de mesure de l'énergie et des GES sur tous nos marchés.

- Contribution continue au GMSF et à d'autres initiatives intersectorielles de durabilité.
- Promotion de la conception durable grâce à des initiatives locales, des aires de jeux comestibles au lancement de notre premier abribus Milestone fabriqué en bois et sur lequel des écrans publicitaires peuvent être installés.
- Réaffirmation de l'engagement de Bauer Media Outdoor envers les objectifs de durabilité des Nations unies.



\*Ces objectifs concernent Bauer Media Outdoor dans son ensemble, à l'exception de trois unités commerciales situées en Estonie, en Lettonie et en Lituanie, qui ont été exclues, car elles génèrent moins de 1% du chiffre d'affaires et du total des émissions de Bauer Media Outdoor. [sciencebasedtargets.org/companies-taking-action](https://sciencebasedtargets.org/companies-taking-action).

## Notre engagement en faveur d'un modèle commercial durable

### Intégrer la durabilité dans notre culture

L'approche retenue par Bauer Media Outdoor en matière de durabilité va au-delà de la conformité. Nous avons pour objectif d'apporter aux communautés dans lesquelles nous opérons une valeur ajoutée concrète et durable.

Au Royaume-Uni, par exemple, la certification Planet Mark a estimé que la valeur sociale de notre contribution en 2023 s'élevait à 29 millions de livres sterling, ce qui incluait l'emploi, le bénévolat, les dons à la communauté et les achats éthiques. Nous avons apporté un appui à des initiatives telles que Strut Safe (un service téléphonique géré par des bénévoles et qui favorise la sécurité des déplacements nocturnes) et avons régulièrement offert des espaces médiatiques à des campagnes de santé publique, de sécurité et d'environnement.

### Produits et innovations durables

Sur tous les marchés, la notion de durabilité influe de plus en plus la conception de nos produits et nos innovations. Elle se traduit notamment par l'installation d'abribus Living Roof en Belgique, au Danemark, en Irlande, aux Pays-Bas, en Suède et au Royaume-Uni, ainsi que par des investissements plus importants dans des mobiliers urbains alimentés à l'énergie solaire et des capteurs de qualité de l'air, par exemple.

### Collaboration sectorielle

Nous apportons notre contribution à divers organismes professionnels sur les marchés où nous intervenons, notamment Outsmart et GMSF au Royaume-Uni, Outdoor Impact en Suède et Outreach aux Pays-Bas, ainsi qu'aux études menées par PwC sur la valeur sociale et environnementale de la publicité extérieure. Grâce à cette collaboration, nous souhaitons démontrer que ce secteur peut concilier croissance responsable et excellence créative\*.



\*outsmart.org.uk/resources/ooH-supporting-uk-society

## Créer de la valeur commune avec nos partenaires

Nos actifs se trouvent à la croisée du monde commercial et de la vie civile ; nous cherchons à faire de ce carrefour un lieu favorable aux marques, aux communautés et aux villes.

Pour les autorités publiques et les partenaires des transports, notre réseau participe au soutien des objectifs locaux de développement durable par les moyens suivants :

- Fournir des infrastructures durables, conçues pour pouvoir être réutilisées et recyclées si possible, et constitutives d'un apport dans les environnements urbains résilients au changement climatique.
- Encourager l'utilisation des transports en commun en offrant des abris sûrs, bien éclairés et bien entretenus.
- Informer le public, y compris par des alertes sanitaires et sécuritaires et des campagnes environnementales.

Grâce à nos concessions de mobiliers urbains et de publicités, nous apportons également de la valeur aux collectivités locales par le biais des loyers, des taxes professionnelles et autres impôts locaux, ainsi que des investissements dans la communauté.

En ce qui concerne les marques et les agences, nous leur proposons une plateforme responsable d'interactions avec le public par les moyens suivants :

- Proposer des canaux publicitaires vérifiés, basés sur des données et conformes aux normes environnementales.
- Nouer des partenariats avec les initiatives locales et ayant un impact social.
- Créer des opportunités de codéveloppement de campagnes envisagées pour encourager des changements de comportement positifs.



## Cas concret : Velo Antwerpen – favoriser la mobilité urbaine durable

Lancé en 2011, notre service de vélos en libre-service d'Anvers, en Belgique, s'est imposé comme un élément incontournable de l'infrastructure des transports urbains durables de la ville. Grâce à ses 322 stations et ses 4 460 vélos mécaniques, ce service offre aux habitants et aux visiteurs une alternative plus durable aux déplacements en voiture, ce qui contribue à la réduction des embouteillages et des émissions de carbone et favorise un mode de vie plus sain.

Ce service est caractérisé par les éléments suivants :

- **Échelle de l'infrastructure.** Avec un vélo pour 125 habitants, Velo Antwerpen offre un niveau de disponibilité et de confort élevé.
- **Enthousiasme des utilisateurs.** Velo Antwerpen enregistre 36 trajets par jour et pour 1 000 habitants, ce qui représente l'un des taux de participation les

plus élevés des villes européennes comparables. Le taux de pénétration est de 12,2 %, ce qui signifie que plus d'un habitant sur dix utilise régulièrement ce service.

- **Évolution du modèle d'abonnement.** En 2025, le nombre moyen d'abonnements annuels a atteint 68 856, alors qu'il était de 16 000 en 2011 (soit une augmentation de 330 %). Cette tendance tend à indiquer un passage des trajets occasionnels et ponctuels à une utilisation plus régulière, ce qui correspond au rôle du service dans les déplacements quotidiens.
- **Augmentation du nombre d'utilisateurs.** Le nombre de trajets mensuels est passé de 150 311 en 2011 à 674 650 en 2025, soit une augmentation de 350 %. Cette croissance reflète le passage global, observé dans la ville, vers une mobilité durable.



# Gouvernance et responsabilisation

## Contrôle et responsabilité

La responsabilité en matière de contrôle ESG incombe, chez Bauer Media Outdoor, à son équipe de direction (Outdoor SLT), dirigée par le président d'Outdoor, conformément à notre cadre de gouvernance. L'équipe d'Outdoor SLT comprend des membres ayant une expérience dans les domaines de la durabilité, de la cybersécurité et de la gouvernance, ce qui facilite l'intégration des considérations ESG dans la prise de décisions stratégiques et opérationnelles.

Les risques ESG, y compris les risques liés au climat, sont gérés dans le cadre plus large de la gestion des risques d'entreprise (ERM) de Bauer Media Outdoor. Cette approche garantit le repérage, l'évaluation et la gestion des risques et des opportunités de manière uniforme et proportionnée, tandis que la responsabilité des décisions incombe aux organes de direction concernés.

## Structure de la conformité et reporting

À mesure que Bauer Media Outdoor poursuit le développement de ses activités sur différents marchés, l'équipe chargée de la conformité joue un rôle clé dans l'accompagnement de l'entreprise pour identifier, gérer et atténuer les risques ESG.

L'équipe chargée de la conformité est placée sous la responsabilité du président d'Outdoor et fournit régulièrement à Outdoor SLT des mises à jour sur les priorités ESG, notamment en matière de conformité, de droits humains, de confidentialité et de cybersécurité. Cet engagement continu favorise la prise de décisions éclairées et facilite la gestion des risques émergents grâce à des processus opérationnels bien établis.

Afin d'en faciliter la mise en œuvre pratique, l'équipe chargée de la conformité travaille en étroite collaboration avec ses collègues des services clés, notamment ceux chargés de la stratégie, de la communication, du développement commercial, de la confidentialité et de la cybersécurité, des produits, des achats, des ressources humaines, des finances et des opérations. Chacun de nos 12 marchés dispose d'un Délégué local à la conformité et d'un Responsable de la durabilité, qui aident la direction locale à intégrer les principes ESG dans les activités quotidiennes d'une manière conforme aux priorités réglementaires, opérationnelles et commerciales locales.

La gouvernance ESG assurée par Bauer Media Outdoor fonctionne dans le cadre des politiques de durabilité et de conformité mises en place au niveau du Bauer Media Group, lesquelles sont chapeautées et mises en œuvre par Outdoor SLT. Cette approche garantit le respect des normes communes tout en préservant la responsabilité locale.

## Reporting et méthodologie en matière d'ESG

Bauer Media Outdoor continue de se préparer à l'évolution des exigences en matière de divulgation d'informations sur la durabilité applicables sur ses marchés européen et britannique, notamment la CSRD, les normes européennes de reporting en matière de durabilité (ESRS) et les lignes directrices du groupe de travail sur les informations financières liées au climat (TCFD). En fonction des pays en cause, les obligations de divulgation se situent à différents stades de mise en œuvre, et nous continuons de surveiller leur portée, leur calendrier et leur proportionnalité.

Bauer Media Outdoor apporte sa contribution aux activités de reporting menées dans le groupe en matière de durabilité et, le cas échéant, fournit des informations qui viennent soutenir les cadres de reporting pilotés par Bauer Media Group, y compris les processus CSRD tels que la double évaluation de matérialité et la cartographie de la taxonomie européenne.

## Demandes des parties prenantes

Nous partageons ce rapport ESG de Bauer Media Outdoor conformément à notre engagement en faveur de pratiques commerciales responsables qui valorisent les personnes, l'environnement et les performances à long terme. Dans certains cas, afin de faciliter la compréhension des éléments donnés par ce rapport, des informations supplémentaires peuvent être fournies pour certains marchés spécifiques.

Les demandes s'y rapportant doivent être adressées à [ESG@bauermediaoutdoor.com](mailto:ESG@bauermediaoutdoor.com).

## Nous adhérons aux objectifs de développement durable

Bauer Media Outdoor a présenté, dans ce rapport ESG, les objectifs de développement durable (ODD) spécifiques qui, selon nous, cadrent parfaitement avec notre stratégie ESG.

Les ODD, qui ont été définis en 2015 par l'Assemblée générale des Nations unies, sont un ensemble d'objectifs mondiaux étroitement liés, et conçus pour constituer un « modèle commun pour la paix et la prospérité des populations et de la planète, aujourd'hui et à l'avenir ».



# Agir en faveur d'un monde meilleur : notre planète

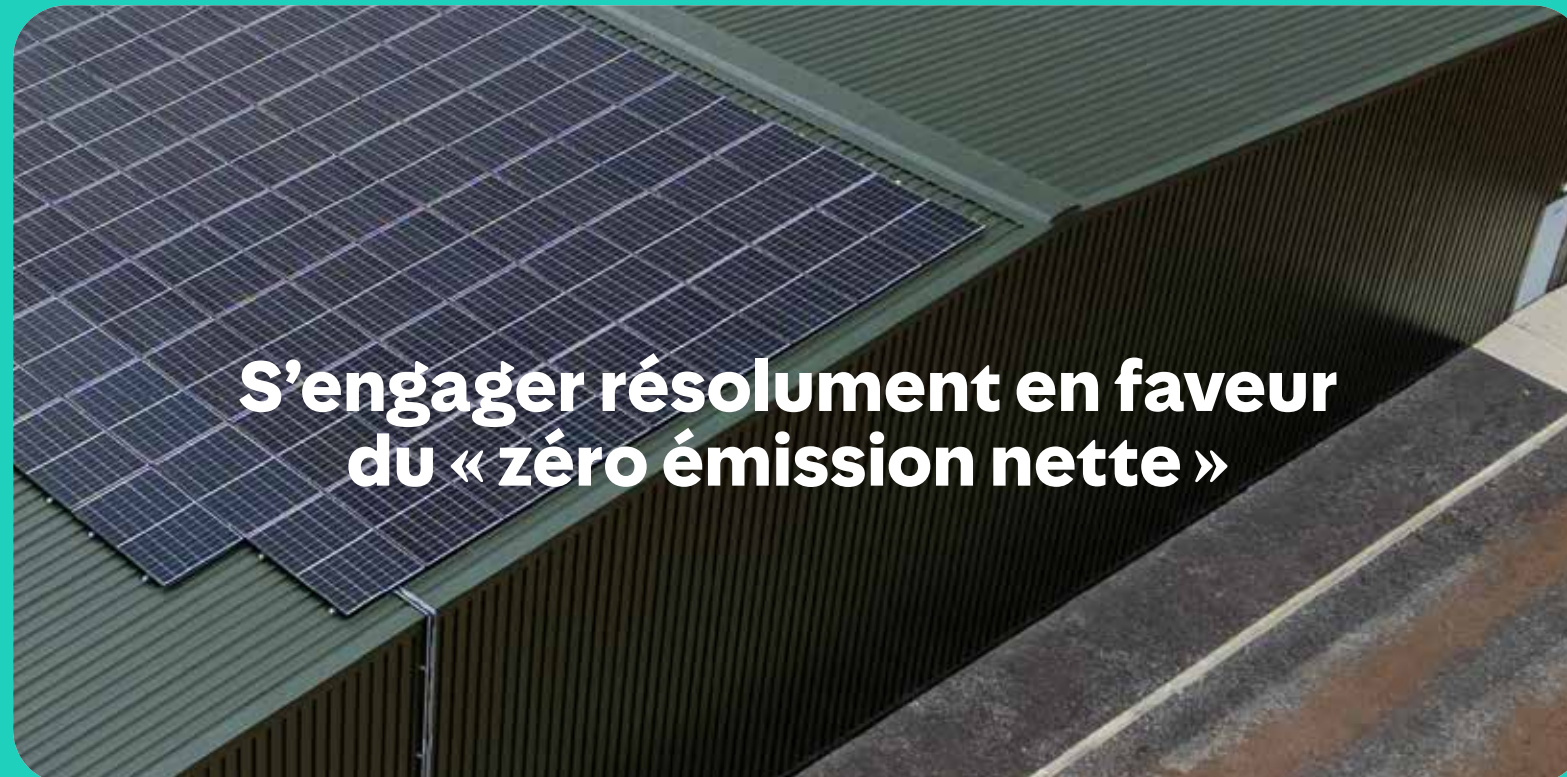
Chez Bauer Media Outdoor, nous comprenons que notre réseau publicitaire extérieur se trouve au cœur des villes et des communautés, et que cette situation s'accompagne d'un devoir de contribution à la protection de l'environnement que nous partageons. Nous nous engageons à réduire notre empreinte dans tous les aspects de notre activité : diminution des émissions, utilisation responsable des ressources et conception de produits qui favorisent des espaces urbains plus propres, plus verts et plus résilients.

Qu'il s'agisse du mode d'alimentation de nos écrans ou du mode de construction, de rénovation et d'entretien de nos infrastructures, notre objectif est de soutenir des communautés prospères tout en œuvrant pour un avenir à faible émission de carbone.



# L'essentiel: agir pour notre planète

Bauer Media Outdoor exploite des actifs publicitaires et des infrastructures à long terme dans les espaces publics. Notre approche environnementale met l'accent sur les domaines qui comptent le plus : la consommation d'énergie, les matériaux, la longévité des actifs et la manière dont les infrastructures fonctionnent, sur le long terme, dans des environnements urbains complexes.



Dans l'ensemble de nos activités et de notre chaîne de valeur, nous avons fixé des objectifs de zéro émission nette fondés sur des données scientifiques.

Le plan de transition climatique que nous avons publié présente les étapes clés, la gouvernance et les priorités d'investissement permettant de les atteindre.

Les énergies renouvelables, les gains d'efficacité et les conceptions à faible émission de carbone limitent les émissions tout en offrant des infrastructures fiables et durables.



Les conceptions à faible émission de carbone améliorent la sécurité, le confort et les performances des actifs publics ayant une longue durée de vie.

Les conceptions axées sur un cycle de vie complet influent sur le choix des matériaux, la maintenance et la réutilisation afin de limiter les déchets et l'impact environnemental à long terme.

Lorsqu'elle est possible, la remise à neuf prolonge la durée de vie des actifs, réduit leur carbone intégré et minimise les dérangements dans les zones urbaines très fréquentées.



Nous mettons au point des infrastructures qui favorisent la biodiversité, le rafraîchissement urbain et la gestion des eaux dans les zones urbaines densément peuplées.

Nos actifs sont conçus pour offrir un rendement fiable sur le long terme tout en répondant aux besoins et aux attentes du marché local.

Notre réseau favorise la diffusion de messages d'intérêt général et environnementaux, en aidant les autorités locales à communiquer clairement et à grande échelle.

## Objectifs de Développement Durable



# Notre stratégie environnementale

La stratégie environnementale de Bauer Media Outdoor s'appuie sur un engagement à long terme et une exécution rigoureuse. Nous avons fixé des objectifs basés sur des données scientifiques et nous poursuivons nos efforts pour les atteindre en nous appuyant sur des données fiables, une gouvernance clairement définie et des responsabilités bien établies. Cette démarche, qui a débuté par des actions ciblées sur l'énergie et les matériaux, s'est élargie pour devenir un programme plus global englobant la conception de produits, les opérations et l'ensemble de notre chaîne de valeur.

En tant qu'opérateur d'infrastructures publiques et de médias, nos progrès sont fonction des cycles de vie des actifs, des accords de concession et de la manière dont nous collaborons avec nos partenaires municipaux. Notre approche tient compte de ces contraintes et privilégie les mesures concrètes qui limitent les émissions et améliorent l'efficacité des ressources sur le long terme.

## Innovation et mise en œuvre

L'innovation joue un rôle crucial dans la mise en œuvre de notre stratégie environnementale. Des initiatives telles que Milestone, notre nouveau design d'abri en bois (voir page 28) et notre initiative Revive, qui consiste à remettre à neuf les abris existants plutôt que de les remplacer (voir page 31), traduisent la volonté de prolonger la durée de vie des actifs, d'utiliser moins de matériaux et de réduire les émissions. Cette approche permet à la fois d'atteindre nos objectifs environnementaux et de répondre aux besoins opérationnels des villes, des annonceurs et des citoyens.

Nous appliquons cette stratégie en apportant des changements concrets au mode de conception, de construction et d'exploitation de nos actifs, et en collaborant, si nécessaire, avec nos fournisseurs, les organismes du secteur et les pouvoirs publics.

## Gouvernance et suivi du programme environnemental

La supervision de la stratégie environnementale de Bauer Media Outdoor est une responsabilité confiée au président d'Outdoor, qui bénéficie du soutien d'Outdoor SLT. Les risques liés au climat sont gérés dans le cadre plus large de la gestion des risques d'entreprise (ERM), qui garantit la prise en compte des facteurs environnementaux dans les décisions stratégiques et d'investissement.

L'équipe chargée de la conformité soutient l'entreprise en lui prodiguant des conseils, en coordonnant les données et en fournissant des orientations sur les contrôles environnementaux. Il appartient aux équipes de direction locales de se charger de la mise en œuvre, en tenant compte de la réglementation locale, des conditions opérationnelles et des accords de concession des différents marchés. Les attentes environnementales auxquelles les fournisseurs doivent satisfaire sont énoncées dans le Code de conduite des fournisseurs de Bauer Media Outdoor et reprises dans les processus d'approvisionnement, ce qui facilite la gestion des risques de champ 3 tout au long de notre chaîne de valeur.

Notre approche se fonde sur des preuves et bénéficie d'une garantie indépendante (voir Gouvernance et responsabilisation, à la page 13). Nous faisons preuve de transparence sur les progrès effectués et les défis à relever, notamment en matière d'émissions de champ 3, d'impacts de la chaîne d'approvisionnement et de cycles de vie des infrastructures, car la crédibilité passe par l'exactitude et non par les aspirations.

\*[un.org/en/climatechange/net-zero-coalition](https://un.org/en/climatechange/net-zero-coalition)

## Cap sur le Zéro émission nette

Bauer Media Outdoor adhère aux objectifs de l'Accord de Paris et reconnaît que la hausse des températures mondiales doit être limitée conformément aux données scientifiques actuelles sur le climat.

Conformément au Corporate Net-Zero Standard posé par SBTi\*, nous nous engageons, pour les champs 1 et 2, à atteindre zéro émission nette d'ici 2030 et pour l'ensemble de notre chaîne de valeur d'ici 2045, 2022 étant l'année de référence. Ces objectifs ont été validés par SBTi en 2024 et reposent sur un plan de réduction des émissions prévu pour l'ensemble de nos opérations et de notre chaîne d'approvisionnement.

Notre Plan de transition climatique, que nous avons publié en 2025, expose les actions, les hypothèses et les dépendances qui fondent cette stratégie. Les facteurs environnementaux sont pris en considération lors de la planification financière et opérationnelle et, le cas échéant, les investissements proposés sont examinés afin d'évaluer leur empreinte carbone.

## Gérer les risques environnementaux et les dépendances

Les risques environnementaux et climatiques sont identifiés au niveau du marché et regroupés pour les présenter de manière cohérente au sein de Bauer Media Outdoor. Ils comprennent les risques physiques et de transition, les dépendances de la chaîne d'approvisionnement, les changements de la réglementation et les risques d'atteinte à la réputation, y compris le risque posé par les allégations inexactes ou mensongères en matière de durabilité.

Nous participons également à des initiatives sectorielles, notamment GMSF et Ad Net Zero, afin d'encourager les approches cohérentes en matière de mesure des émissions et les normes environnementales responsables dans l'ensemble du secteur de la publicité.

Les évaluations des risques sont adaptées au cadre de gestion des risques d'entreprise (ERM) et servent de base à l'établissement des priorités, à la planification des mesures d'atténuation et à la collaboration avec les partenaires et les fournisseurs. Certains risques, en particulier ceux liés aux cycles de vie des infrastructures et aux émissions de champ 3, nécessitent des mesures à long terme et une collaboration qui échappent au contrôle direct de Bauer Media Outdoor.

Les principaux domaines du risque environnemental que nous évaluons sont présentés à la page 21.

# Définition et communication des objectifs de zéro émission nette

Bauer Media Outdoor poursuit ses préparatifs pour respecter les exigences de reporting en matière durabilité qui s'appliquent à tous ses marchés, tant au niveau de ses propres opérations qu'au sein du Bauer Media Group, y compris celles découlant de la directive CSRD.

Au terme de l'année 2025, Bauer Media Outdoor a publié son Plan de transition climatique, qui énonce nos objectifs climatiques à court, moyen et long terme, ainsi que les mesures clés et les hypothèses qui servent de base à notre processus de décarbonation.

Nos objectifs, notre registre des risques et notre programme de transition s'appuient sur des données d'émissions préparées conformément au Protocole sur les gaz à effet de serre, en utilisant le modèle de contrôle opérationnel pour les champs 1, 2 et 3.



# Plan de transition climatique de Bauer Media Outdoor

Notre Plan de transition climatique, qui a été publié en 2025, présente les mesures qui, selon nous, s'imposent pour poursuivre nos progrès vers nos objectifs validés de zéro émission nette de carbone. Il décrit nos objectifs à court, moyen et long terme (à savoir 1 à 2 ans, 2 à 5 ans et 5 à 20 ans respectivement) ainsi que les mesures prévues pour les atteindre, et expose les hypothèses et les dépendances pertinentes pour notre trajectoire de décarbonation. Le Plan de transition climatique s'appuie sur des données d'émissions préparées conformément au Protocole sur les gaz à effet de serre et respecte à la fois les recommandations reconnues par la science climatique et les nouvelles attentes de l'ESRS.

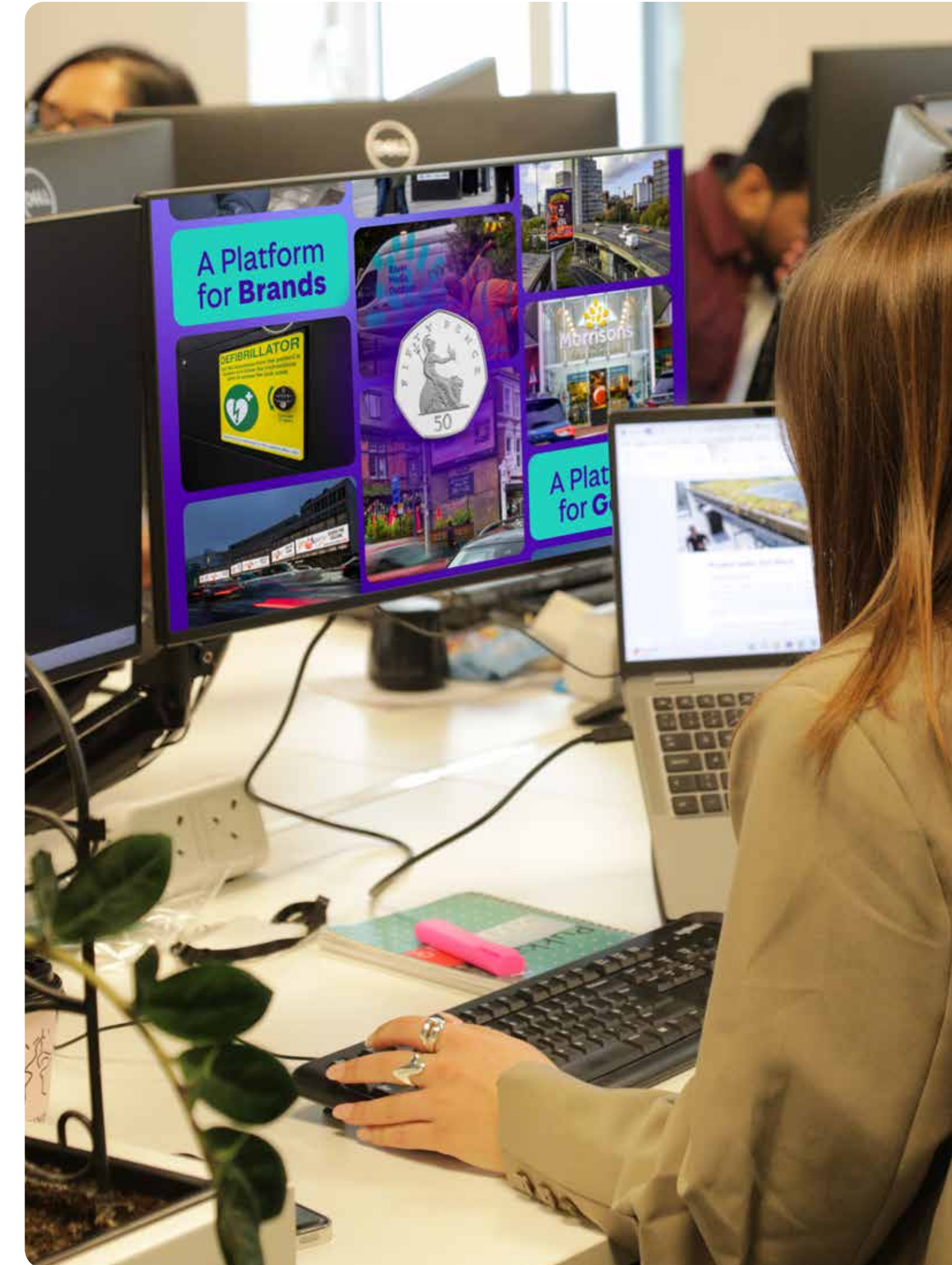
Notre approche est axée sur sept objectifs stratégiques :

- **Réduire notre empreinte carbone.** Notre objectif est de réduire les émissions absolues des champs 1 et 2 de 90 % d'ici 2030 et de faire baisser les émissions du champ 3 conformément à nos objectifs validés par SBTi, grâce à l'électricité renouvelable, à l'efficacité énergétique, à la modernisation de notre flotte et à la mobilisation de nos fournisseurs.
- **Matériaux durables et gestion des déchets.** Utiliser davantage de matériaux recyclables et à faible émission de carbone, développer la remise à neuf et favoriser une plus grande circularité des flux de matériaux dans les principales catégories d'actifs.
- **Biodiversité et protection des écosystèmes.** Le cas échéant, certains actifs infrastructurels sont dotés de caractéristiques permettant de soutenir la biodiversité locale, auxquelles s'ajoutent des initiatives environnementales pertinentes.
- **Participation citoyenne et responsabilité sociale.** Soutenir les initiatives environnementales et sociales locales et relayer des messages d'intérêt général dans tous nos actifs.
- **Suivi et reporting.** Poursuivre le renforcement des processus de collecte de données, de vérification et de reporting, en incluant des contrôles environnementaux minimaux et des évaluations régulières des performances.
- **Renforcer notre résilience.** utiliser une analyse des scénarios, des registres de risques et des plans de gestion pour évaluer et atténuer les risques climatiques physiques et liés à la transition, et informer la gouvernance environnementale.
- **Soutenir nos partenaires et la chaîne de valeur dans son ensemble.** Collaborer avec les fournisseurs et les clients afin de réduire les émissions de la chaîne de valeur, notamment par le biais de solutions contractuelles, d'options à faibles émissions et d'une participation à des initiatives industrielles.

Les considérations environnementales sont intégrées dans les processus de planification financière et opérationnelle de Bauer Media Outdoor. Les budgets annuels et les prévisions à long terme comprennent une évaluation des activités liées au climat, tandis que les propositions d'investissement sont examinées afin d'évaluer leur empreinte carbone à l'aide de notre outil de calcul du carbone.

Chaque marché prévoit des contrôles environnementaux minimaux conformes à la norme ISO 14001 et les intègre, au niveau local, dans la planification et le reporting, ce qui facilite le suivi continu des progrès réalisés par rapport à notre Plan de transition climatique.

Ces processus, envisagés collectivement, facilitent le suivi des progrès du Plan de transition et l'intégration des objectifs environnementaux dans la prise de décision à tous les niveaux de l'entreprise.



## Participation de nos équipes à la stratégie climatique

Nous estimons que chaque équipe joue un rôle dans la réduction de notre impact environnemental. Afin de faciliter l'intégration de la responsabilité à l'égard du climat dans toute l'organisation, Bauer Media Outdoor a pris plusieurs mesures qui comprennent ce qui suit :

- Les objectifs de performance en matière de durabilité sont ajoutés aux intéressements de la rémunération variable versée aux principaux membres de l'équipe de direction du programme environnemental (y compris le directeur de la stratégie européenne, qui supervise le programme de réduction des émissions de carbone de Bauer Media Outdoor).
- Pour ce qui concerne le calcul de la rémunération variable des dirigeants européens, nos règles générales sur la rémunération comprennent des objectifs climatiques envisagés sur le plan individuel et au niveau des unités commerciales.
- L'équipe du programme environnemental de Bauer Media Outdoor organise régulièrement des ateliers sur des thèmes environnementaux. L'équipe rédige également une newsletter semestrielle pour communiquer aux salariés de toute l'organisation des informations actualisées sur l'environnement.
- Le programme Bright Sparks de Bauer Media Outdoor permet aux nouveaux leaders de façonner une communication interne qui encourage les équipes de nos marchés à s'intéresser au programme environnemental.

## Exemple de leviers de décarbonation : le transport maritime à faibles émissions

La plupart des produits de l'infrastructure Bauer Media Outdoor sont fabriqués en dehors de l'Europe et parviennent à nos unités commerciales par transport maritime.

Depuis 2022, nous transportons nos produits à l'aide de navires utilisant du biocarburant.

En 2025, 83 % de tous les chargements venant de la Chine ont été transportés par bateau, ce qui a limité notre recours au transport aérien.



# Évaluation et suivi des risques climatiques

Cette section explique les moyens mis en œuvre par Bauer Media Outdoor pour repérer et gérer les risques physiques et de transition liés au climat qui sont susceptibles d'avoir une incidence sur nos opérations et notre résilience à long terme en tant que société d'infrastructures de publicité extérieure.

Nous surveillons les facteurs externes qui pourraient avoir un impact sur nos actifs, nos chaînes d'approvisionnement et notre environnement opérationnel, notamment les changements climatiques et météorologiques, les évolutions réglementaires et politiques, ainsi que les nouvelles exigences du marché et des municipalités. Nous avons ensuite recours à notre système de gestion des risques d'entreprise (voir, à la page 13, la partie intitulée Gouvernance et responsabilisation) pour évaluer ces considérations parallèlement aux risques commerciaux au sens large.

Les risques liés au climat sont identifiés au niveau du marché, en tenant compte des conditions environnementales locales, des cycles de vie des infrastructures et des contextes réglementaires. Ils sont ensuite regroupés pour offrir une vue d'ensemble à l'échelle de Bauer Media Outdoor (voir, à la page 63, la partie intitulée Gestion des risques et garantie). Cette approche favorise la cohérence entre les marchés tout en tenant compte des différences locales.

Notre évaluation englobe les risques physiques et liés à la transition et porte sur des horizons à court, moyen et long terme, tout comme ceux qui sont utilisés dans notre Plan de transition climatique (voir, à la page 18, le Plan de transition climatique de Bauer Media Outdoor). Nous prêtons une attention particulière aux dépendances qui pourraient avoir un impact significatif si elles venaient à être perturbées, notamment la disponibilité de la chaîne d'approvisionnement, les cycles de vie des actifs et les changements concernant les concessions ou les cadres d'autorisation.

L'impact potentiel et la probabilité de chaque risque climatique identifié sont évalués à l'aide de nos critères ERM. Les résultats obtenus permettent d'améliorer la planification des mesures d'atténuation, les décisions d'investissement et, le cas échéant, les propositions d'appel d'offres, ce qui permet de garantir la prise en compte des risques climatiques dans nos processus de planification et de livraison des infrastructures aux villes et aux autorités publiques.

Les principales catégories de risques liés au climat et quelques exemples les illustrant sont présentés à la page 21.

## Moyens par lesquels les achats et la diligence raisonnable contribuent à notre programme environnemental

Les achats et la diligence raisonnable sont au cœur des moyens utilisés par Bauer Media Outdoor pour mettre en œuvre son programme environnemental, en particulier dans les domaines où les impacts se font sentir dans la chaîne d'approvisionnement plutôt que dans nos propres opérations. Le domaine des achats est le point de rencontre entre les ambitions environnementales et la réalité concrète et commerciale. Les choix que nous faisons lorsque nous sélectionnons nos fournisseurs, concluons des contrats et gérons des relations à long terme ont une incidence directe sur les matériaux, les émissions et les performances environnementales dans toute notre chaîne de valeur.

Les attentes que nous avons à l'égard de nos fournisseurs en matière d'environnement sont énoncées par le Code de conduite des fournisseurs de Bauer Media Outdoor et sont reprises dans les processus d'achat de nos marchés (voir, à la page 55, la partie intitulée Valeurs sociales au sein de notre chaîne d'approvisionnement). Ces attentes mettent l'accent sur le respect de la législation environnementale, l'utilisation responsable de matériaux et, le cas échéant, la participation aux efforts de réduction des émissions.

La diligence raisonnable en matière d'environnement est mise en œuvre en fonction des risques, étant précisé qu'une attention particulière est accordée aux fournisseurs et aux activités qui sont les plus susceptibles d'influencer notre empreinte environnementale (voir, à la page 65, la partie intitulée Approvisionnement, diligence raisonnable et gouvernance de la chaîne d'approvisionnement). En pratique, ce processus comprend les clauses environnementales stipulées dans les contrats et l'engagement spécifique des fournisseurs en faveur des matériaux et des infrastructures à faibles émissions.

Lorsque les fournisseurs ne répondent toujours pas à nos attentes en matière d'environnement, nous accordons la priorité aux mesures d'amélioration et au renforcement des capacités. Bon nombre de nos relations avec les fournisseurs s'inscrivent sur le long terme ; par conséquent, les progrès dépendent souvent d'un engagement constant plutôt que d'un changement immédiat. Au cas où des risques significatifs ou des manquements seraient repérés, des mesures de gestion par paliers sont prévues conformément à nos cadres d'approvisionnement et de gouvernance (voir, à la page 13, la partie intitulée Gouvernance et responsabilisation).

L'ensemble de ces pratiques en matière d'approvisionnement et de diligence raisonnable nous permet de mettre en œuvre notre stratégie environnementale au-delà de nos propres opérations, de poursuivre nos progrès en matière d'émissions et d'appliquer des normes environnementales uniformes à tous les moyens utilisés par Bauer Media Outdoor pour se procurer des infrastructures et en assurer la livraison.

# Principaux domaines de risque visés par nos évaluations

Les impacts et risques liés au climat et à la durabilité que nous examinons sont énumérés ci-dessous.

## Risques physiques graves

- Inondation (côtière, fluviale, pluviale, souterraine).
- Vagues de chaleur.
- Fortes précipitations (pluie, grêle, neige/glace).
- Tempête (y compris les tempêtes de neige, de poussière et de sable).

## Risques physiques chroniques

- Évolution des types de précipitations et de leurs caractéristiques (pluie, grêle, neige/glace).
- Changement de température (air, eau douce, eau de mer).
- Stress thermique.
- Aggravation des phénomènes météorologiques extrêmes.
- Variabilité des températures.

## Adaptabilité climatique en fonction du site retenu

Nos actifs se trouvent sur des sites dont les besoins environnementaux sont variés. Les sites prioritaires que nous avons identifiés comprennent :

- des régions importantes pour la biodiversité.
- des régions où l'intégrité écologique est élevée.
- des régions touchées par des phénomènes météorologiques extrêmes, y compris la pénurie d'eau, les inondations, les tremblements de terre et la chaleur.

## Risques politiques

- Évolution des législations nationales.
- Évolution du droit international et modification d'accords bilatéraux.
- Difficultés accrues pour obtenir des permis d'exploitation.
- Normes obligatoires sur l'utilisation efficace des eaux, leur conservation, leur recyclage ou leur traitement.
- Évolution de la législation, des politiques et des structures de gouvernance internationales, évolution des cadres nationaux et internationaux utilisés pour évaluer les pratiques, et évolution de la législation locale et des exigences et/ou priorités des autorités locales.

## Risques de marché

- Disponibilité et/ou augmentation du coût des matériaux certifiés durables.
- Disponibilité et/ou augmentation du coût des matières premières.
- Disponibilité et/ou augmentation du coût des matériaux recyclés ou renouvelables.
- Changement de comportement des clients.
- Évaluation plus rigoureuse des clients et de leurs partenaires qui sont à la recherche de transparence et d'innovation pour appuyer leurs propres stratégies, et évolution des stratégies et des offres de produits de la concurrence.

## Risques réputationnels

- Niveau d'inquiétude plus élevé et commentaires négatifs de la part des partenaires et des parties prenantes.
- Couverture médiatique négative sur l'appui accordé aux projets ou activités dont l'impact sur l'environnement est négatif (par exemple, émissions de GES, compensation, déforestation et conversion, stress hydrique).
- Stigmatisation de l'utilisation de l'énergie dans la publicité.
- Tiers ayant l'impression que l'entreprise ne prend pas publiquement d'engagements réels par rapport au changement climatique, impression que l'entreprise ne fait pas de progrès vers la réalisation de ses objectifs et/ou buts ou vers le respect de ses engagements, publication de déclarations pouvant être jugées trompeuses par certains tiers.

## Risques liés à la transition technologique

- Transition vers des produits réutilisables.
- Transition vers des technologies et des produits à faibles émissions.
- Transition vers des produits en plastique recyclable.
- Transition vers des technologies et des produits à faible consommation d'eau et efficaces sur le plan hydrique.
- Transition vers une utilisation accrue de matériaux recyclés, renouvelables ou remis à neuf.
- Augmentation de la consommation d'énergie due à la transition vers les produits numériques.
- Investissements infructueux dans les nouvelles technologies.

## Risques de responsabilité

- Risque de contentieux.
- Manquement à la réglementation.
- Manquement à des engagements contractuels.
- Déclaration inexacte faite par imprudence ou frauduleusement dans l'exécution de nos obligations de reporting et de divulgation.
- Allégations de greenwashing.

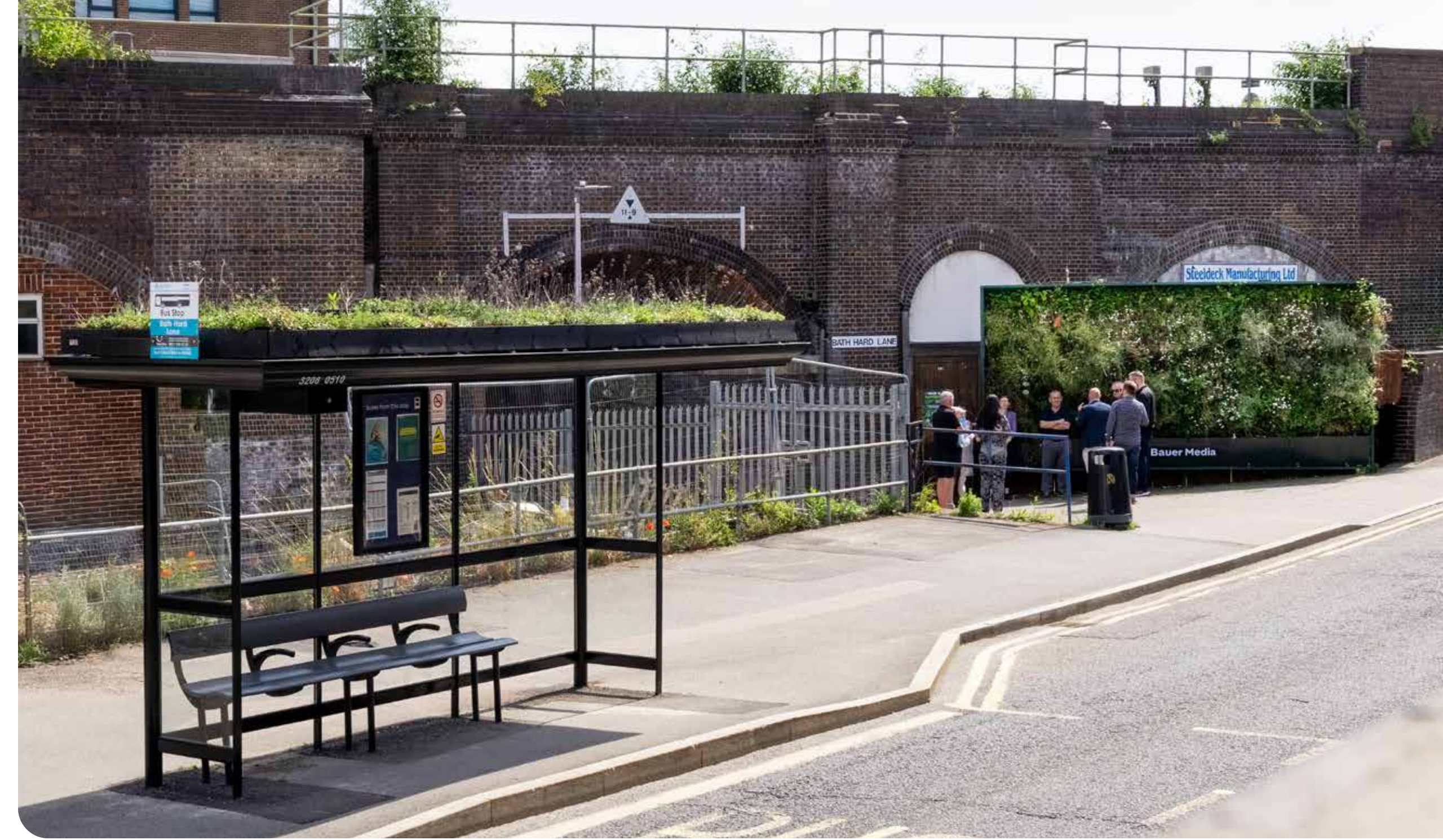
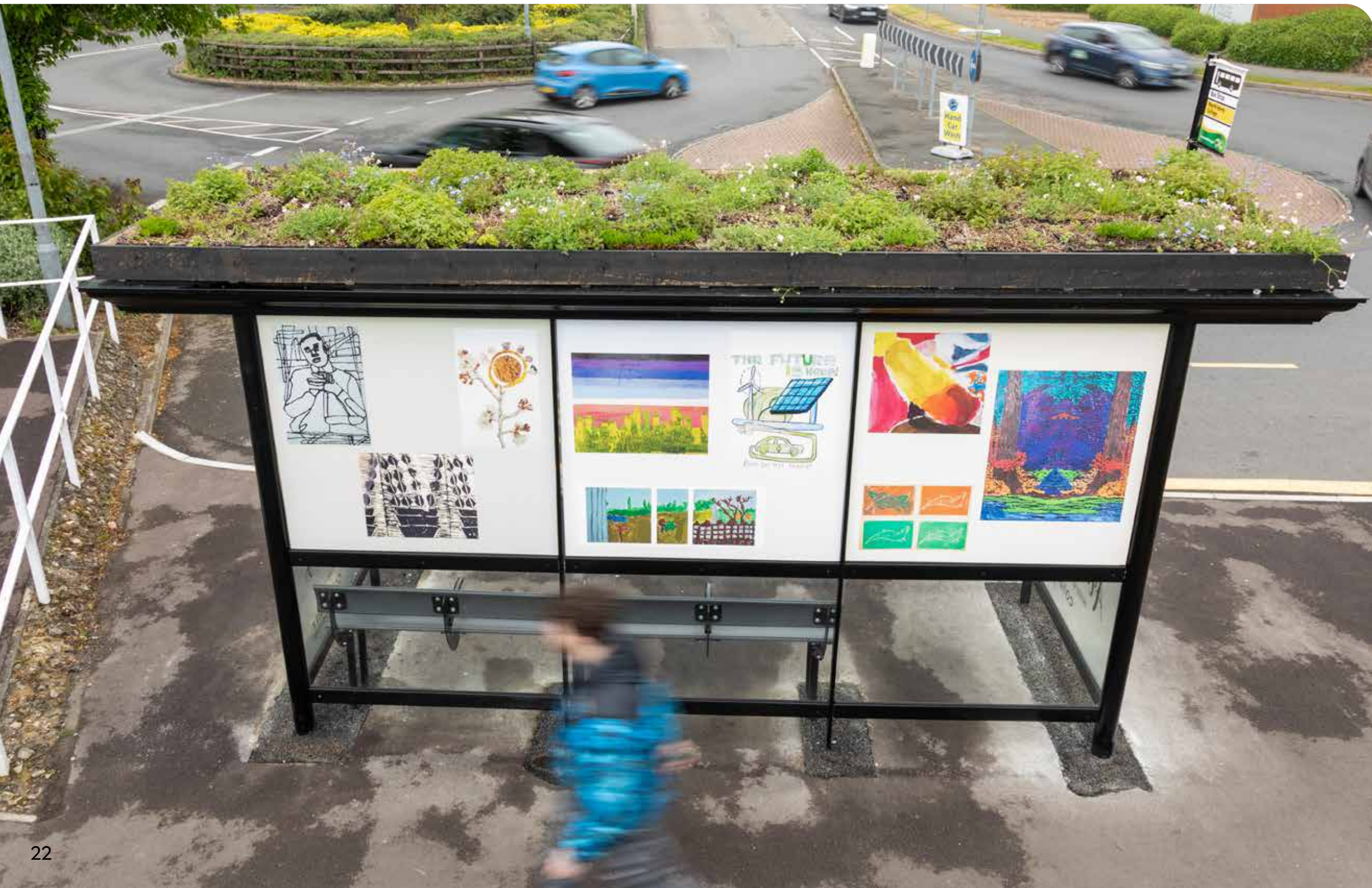
# Exemples de risques associés au changement climatique

## Espaces importants pour la biodiversité : les toits végétalisés

Une grande partie de nos actifs sont dans des zones urbaines. Le nombre limité d'espaces verts peut exercer une pression supplémentaire sur les systèmes d'évacuation des eaux de pluie, ce qui risque d'endommager nos structures publicitaires en raison de l'infiltration d'eau.

Bauer Media Outdoor Royaume-Uni a conçu et installé, avec l'aide de la Royal Society of Wildlife Trusts, des toits pour abribus (à ce jour, il en existe plus de 245) qui valorisent la nature et ralentissent le ruissellement de l'eau.

Bien qu'ils ne représentent qu'une petite partie du paysage urbain, les toits végétalisés constituent une première étape pour la nature en milieu urbain et permettent de ralentir le ruissellement des eaux.



## Nos infrastructures et les phénomènes météorologiques extrêmes

Notre mobilier urbain est conçu pour être structurellement robuste et est pensé en tenant compte des phénomènes météorologiques extrêmes et en le dotant de caractéristiques qui peuvent aider les villes à faire face à des événements climatiques spécifiques.

Dans les zones où ce risque est accru, nos infrastructures et notre mobilier urbain ont été conçus pour absorber les pluies abondantes afin d'atténuer les inondations locales, pour apporter un refroidissement naturel censé lutter contre les « îlots de chaleur urbains » et pour aider les pouvoirs publics à alerter les citoyens en cas de menaces imminentes comme les tremblements de terre, grâce à l'envoi de messages d'urgence dynamiques basés sur la localisation.



# Principales hypothèses et dépendances impactant notre cap vers le zéro émission nette

Notre programme environnemental et nos objectifs de zéro émission nette s'appuient sur un certain nombre d'hypothèses, dont plusieurs échappent au contrôle direct de Bauer Media Outdoor. Elles varient en fonction du marché et reflètent la nature durable et exigeante en termes d'actifs des infrastructures OOH, ainsi que les environnements réglementaires et commerciaux où nous opérons.

## Demande de produits à faibles émissions dans les achats municipaux et publicitaires

Nous avons développé, et continuons à développer, des produits d'infrastructure recyclés et à faibles émissions qui peuvent être utilisés dans le cadre d'appels d'offres publics. Notre trajectoire en matière d'émissions part du principe que les principaux marchés continueront à exiger, ou à prioriser de plus en plus, des alternatives à faibles émissions dans leurs processus d'approvisionnement.

La majeure partie de l'infrastructure physique de Bauer Media Outdoor est mise à la disposition des pouvoirs publics. Ces biens d'équipement continuent de représenter la plus grande partie de nos émissions de champ 3 (44 % en 2024), ce qui reflète l'ampleur de nos activités d'installation.

Une faible proportion de clients publicitaires sollicite des informations sur les émissions liées à leurs campagnes. Bauer Media Outdoor encourage l'élaboration de normes uniformes, comparables et transparentes. Le GMSF devrait garantir cette uniformité en devenant un cadre standard de calcul des émissions de carbone au niveau des campagnes, ce qui permettra une comparaison fiable et uniforme dans l'ensemble du secteur.



## Émissions verrouillées

La majeure partie des infrastructures de Bauer Media Outdoor est livrée aux pouvoirs publics et demeure exploitée en vertu de contrats de concession à long terme d'une durée pouvant souvent atteindre dix ans. Ces actifs représentent une part importante des émissions du champ 3 et limitent la vitesse à laquelle certaines technologies ou certains matériaux peuvent être remplacés.

## Les défis liés à la réduction des émissions du champ 3

Les émissions du champ 3 ne baissent pas en ligne droite. Pour Bauer Media Outdoor, les variations d'une année à l'autre sont davantage le reflet du calendrier et de la nature du déploiement des infrastructures que d'un changement dans les ambitions de base.

Les nouveaux contrats municipaux peuvent nécessiter d'importants investissements initiaux en actifs corporels, en particulier au cours des premières années d'une concession. Cette situation peut entraîner une augmentation temporaire des émissions signalées, même lorsque la conception de ces actifs est prévue pour réduire les émissions tout au long de leur durée de vie. Par exemple, le déploiement de services de vélos publics ou d'autres infrastructures de mobilité à faible émission de carbone risque, au cours de l'année de leur mise en place, d'augmenter les émissions de champ 3 en raison du carbone intégré dans les nouveaux actifs, même si ces projets visent à réduire les émissions à long terme. Les changements dans les activités de la chaîne d'approvisionnement et les mises à jour des techniques de mesure des émissions peuvent également influencer les résultats déclarés d'une période à l'autre.

Notre programme environnemental est élaboré pour réduire les émissions au fil du temps, mais ses résultats dépendent de facteurs tels que l'attribution de contrats, les performances des fournisseurs et la vitesse à laquelle des alternatives à faibles émissions deviennent disponibles à grande échelle. Dans certains cas, les résultats donnés, en termes d'émissions, par la remise à neuf ou la réutilisation des infrastructures existantes sont meilleurs que ceux liés à leur remplacement. Dans d'autres cas, de nouvelles installations sont inévitables et soumises aux décisions de la chaîne d'approvisionnement et des clients. Les décisions des propriétaires ou des clients continuent d'échapper à notre contrôle.

## Opérer un rapprochement entre notre programme environnemental et notre comptabilité

La distinction à opérer entre les activités menées pour réduire les émissions et les activités de base courantes constitue un vrai défi dans toute transition climatique. Bauer Media Outdoor renforce la manière dont les activités du programme environnemental s'insèrent dans les données opérationnelles et financières, notamment par la manière dont les coûts du passage à une trajectoire alignée sur l'objectif de 2°C sont séparés des dépenses de base.

Selon nos prévisions actuelles, les coûts d'exploitation associés à une trajectoire visant 1,5°C ne devraient pas augmenter de manière significative. La situation dépendra de l'amélioration continue de la qualité des données, des évolutions législatives futures et de la mesure dans laquelle les clients exigeront des produits à faibles émissions lors de leurs achats et du renouvellement de leurs contrats.

## Politique gouvernementale, réglementation et législation

L'évolution, sur nos marchés, des politiques et réglementations relatives au climat et à l'environnement pourrait avoir une incidence sur la rapidité et la faisabilité de notre transition vers la décarbonation. Le calendrier et la portée des mesures à venir pourraient impacter à la fois le caractère réalisable de nos objectifs et les délais de mise en œuvre.

## Disponibilité et la validité continues des instruments basés sur le marché de l'électricité renouvelable

L'électricité certifiée renouvelable à 100 % n'est pas disponible sur tous les marchés. Lorsque l'approvisionnement direct n'est pas possible, nous sommes susceptibles d'utiliser des instruments reconnus et basés sur le marché, y compris des certificats d'attributs énergétiques et des garanties d'origine, afin de compléter les manques. Nos projections partent du principe que l'intensité carbone de l'électricité du réseau va continuer à diminuer, bien que cette évolution varie selon les marchés.

## Engagement continu de la part des fournisseurs et collaboration avec eux

Dans certaines parties de notre chaîne d'approvisionnement, notamment dans le secteur de la fabrication, le choix des fournisseurs est limité. Les progrès dépendent donc des efforts des principaux fournisseurs pour mesurer et réduire leurs propres émissions, élaborer des plans de transition et respecter nos exigences environnementales. L'avancée des changements est influencée par les cycles d'investissement des fournisseurs et leur accès à des matériaux et des processus à faible émission de carbone.

## Collaboration dans l'ensemble du secteur de la publicité

Il n'existe pas de norme sectorielle unique permettant de mesurer les émissions associées aux campagnes publicitaires et aux produits. Bauer Media Outdoor encourage le développement d'approches uniformes et participe à des initiatives, telles que Ad Net Zero et le Global Media Sustainability Framework, afin d'améliorer la comparabilité et la qualité des données.

## Disponibilité des infrastructures pour flottes électriques

L'avancement de la décarbonation des flottes varie en fonction des marchés et dépend de la disponibilité des infrastructures de chargement et de facteurs réglementaires locaux. Par exemple, au Royaume-Uni, les Zones d'air pur et la Zone à très faibles émissions de Londres ont accéléré la transition, car près de 80 % des véhicules de Bauer Media Outdoor Royaume-Uni sont désormais à zéro émission ou à faibles émissions, grâce à une infrastructure de chargement installée dans les dépôts.

Dans certains cas, nous collaborons avec les autorités locales pour encourager l'expansion. En Finlande, Bauer Media Outdoor participe à la mobilité urbaine durable en fournissant une infrastructure publicitaire qui aide les opérateurs tiers de recharge de véhicules électriques à financer leurs investissements, et en accompagnant le développement de réseaux de vélos urbains dans plusieurs zones urbaines.



## Programme environnemental – Exemple de statistiques de la période 2024-2025



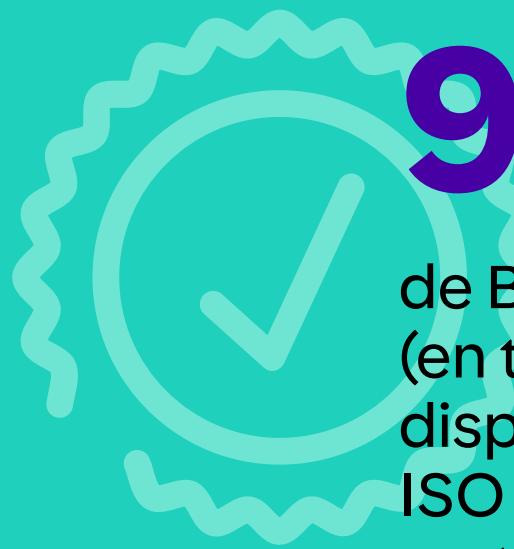
**100 %**

de l'électricité utilisée par Bauer Media Outdoor Belgique provenait de sources renouvelables.



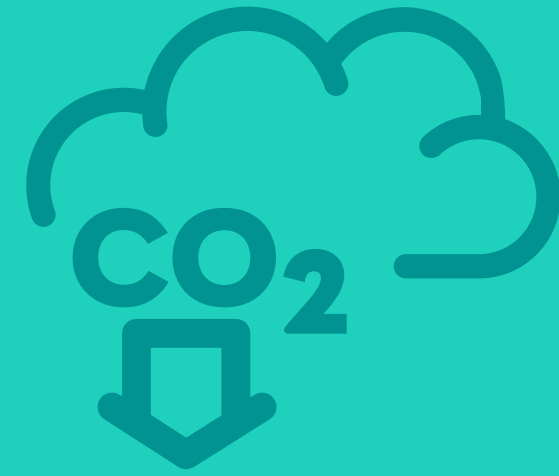
**45 %**

d'amélioration des performances énergétiques enregistrée chez Bauer Media Outdoor Royaume-Uni depuis 2014 (ESOS EnPI).



**97 %**

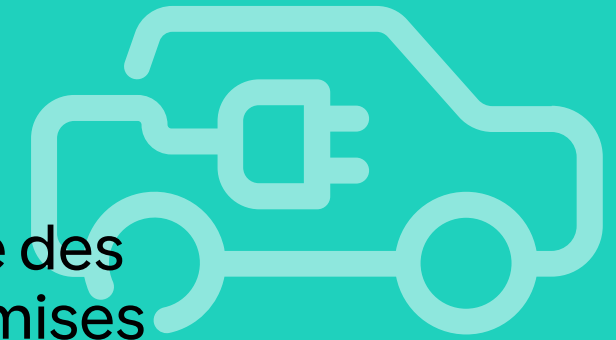
de Bauer Media Outdoor (en termes de chiffre d'affaires) dispose de la certification ISO 14001 ou d'une certification équivalente.



Bauer Media Outdoor s'est engagé à acheter de l'énergie

**100 %**

renouvelable (notamment par l'utilisation de certificats d'énergie renouvelable ou d'instruments similaires) dans les nouveaux contrats conclus à partir de 2021 afin de réduire nos émissions du champ 2 ;



**92 %**

de réduction vérifiée des émissions de GES émises par Bauer Media Outdoor Royaume-Uni dans le cadre des champs 1 et 2 (2008-2024).



**83 %**

des unités commerciales disposent de processus visant à réduire les déchets et à les détourner des décharges.



**83,5 %**

de Bauer Media Outdoor (en termes de chiffre d'affaires) mesure le volume de ses déchets.

# Principaux axes de notre programme environnemental

Dans le cadre de nos efforts pour parvenir à un avenir à zéro émission nette, nous mettons en œuvre des mesures qui favorisent nos objectifs et qui nous aident à gérer les impacts environnementaux, les risques et les opportunités identifiés.

## 1. Publicité extérieure et consommation d'énergie

Dans la mesure où la publicité extérieure est un média public à large diffusion, elle peut atteindre des millions de personnes grâce à un nombre comparativement faible d'affichages par rapport à d'autres plateformes publicitaires telles que la télévision ou Internet.

Une étude réalisée en 2024 par KPMG à la demande d'Outsmart a estimé que la consommation d'énergie de tout le secteur britannique de la publicité extérieure représentait environ 3,3 % de la consommation d'électricité du secteur publicitaire britannique et seulement 0,067 % de la consommation totale d'électricité au Royaume-Uni. La même étude a révélé que la publicité extérieure émettait, par impression, moins de carbone que tous les autres médias évalués par cette étude\*.

Les émissions de carbone produites par le secteur de la publicité ne sont actuellement pas mesurées sur une base entièrement comparable. Par exemple, les émissions associées à la fabrication des téléviseurs ou à la consommation d'électricité chez les particuliers sont souvent exclues de l'empreinte carbone de la publicité télévisée. Par conséquent, pour garantir la précision et la justesse, il vaut mieux faire preuve de prudence lorsque l'on compare différents médias.

## 2. Mesure de l'intensité carbone

Nous mesurons l'intensité carbone (émissions de CO<sub>2</sub>e par unité d'activité) sur les principaux marchés pour assurer le suivi des progrès réalisés par rapport à nos objectifs de zéro émission nette de carbone.

Par exemple, Bauer Media Outdoor Royaume-Uni s'est fixé un objectif d'intensité couvrant les champs 1, 2 et 3, pour parvenir, d'ici 2045, à une réduction de 5 % par an des émissions de tCO<sub>2</sub>e par tranche de £ 1 000,00 de chiffre d'affaires, ce qui équivaut à une réduction de 70,8 % par rapport au niveau de référence de 2022.

Pour l'année 2024, la valeur de l'intensité carbone de Bauer Media Outdoor (confirmée par une vérification externe et excluant nos plus petits marchés baltes où des hypothèses basées sur le marché ont été adoptées conformément au Protocole sur les gaz à effet de serre) était la suivante :

émissions de CO<sub>2</sub>e par million d'euros de chiffre d'affaires pour les champs 1, 2 et 3 (basées sur le marché).

|             |             |
|-------------|-------------|
| <b>2023</b> | <b>55,8</b> |
| <b>2024</b> | <b>36,2</b> |



Depuis plusieurs années, Bauer Media Outdoor Belgique cherche à réduire les déchets de matériaux en recyclant les banderoles publicitaires grand format pour en faire des articles comme des sacs et des accessoires.

En 2025, cette approche a été élargie aux matériaux provenant de certains écrans d'affichage grand format, ce qui a donné une seconde vie aux matériaux publicitaires et favorisé une utilisation plus efficace des ressources.

\*Source : « Sustainability in Out of Home – Low Carbon, Low Power : An analysis of OOH energy consumption and CO<sub>2</sub> emissions », disponible sur [outsmart.org.uk/resources/research-reports](https://outsmart.org.uk/resources/research-reports).

### 3. Transformer notre portefeuille : investir dans la recherche et le développement

Bauer Media Outdoor améliore la manière dont les activités du programme environnemental sont prises en compte dans les données opérationnelles et financières, notamment la manière dont les coûts du passage à un cap conforme à l'objectif de 2 °C sont séparés des dépenses de base. Cette approche favorise les investissements ciblés sur des initiatives de recherche, de développement et de transformation du portefeuille qui réduisent les émissions de tous nos actifs. Parmi les principales initiatives, on peut citer les exemples suivants :

- **Éclairage LED.** Le passage à la technologie LED demeure un important levier de réduction de la consommation d'énergie et des coûts.
- **Rétroéclairage à intensité variable.** Depuis 2020, la publicité numérique de Bauer Media Outdoor est équipée de capteurs et de réglages à distance permettant de réduire ou d'éteindre le rétroéclairage une fois la nuit tombée, et contribue ainsi à la réduction de la consommation des équipements numériques.
- **Écrans à empreinte carbone opérationnelle réduite.** Les écrans extérieurs Waferlite 4K récemment installés consomment environ 50 % moins d'énergie que les modèles précédents.
- **Abribus.** Tous les nouveaux abribus sont équipés d'un éclairage intelligent à très faible consommation d'énergie qui ne fonctionne que la nuit et uniquement quand ces abris sont utilisés. Ils atteignent ainsi une efficacité énergétique supérieure d'environ 80 % à celle de la version précédente.
- **Toits végétalisés.** Voir la page 37.
- **Abribus hors réseau.** Au Royaume-Uni, la majeure partie des abribus non publicitaires dont l'installation est récente fonctionnent désormais à l'énergie solaire. En octobre 2025, Bauer Media Outdoor Royaume-Uni avait installé plus de 500 abribus non publicitaires à énergie solaire et plus de 50 poteaux d'arrêt de bus éclairés à l'énergie solaire.

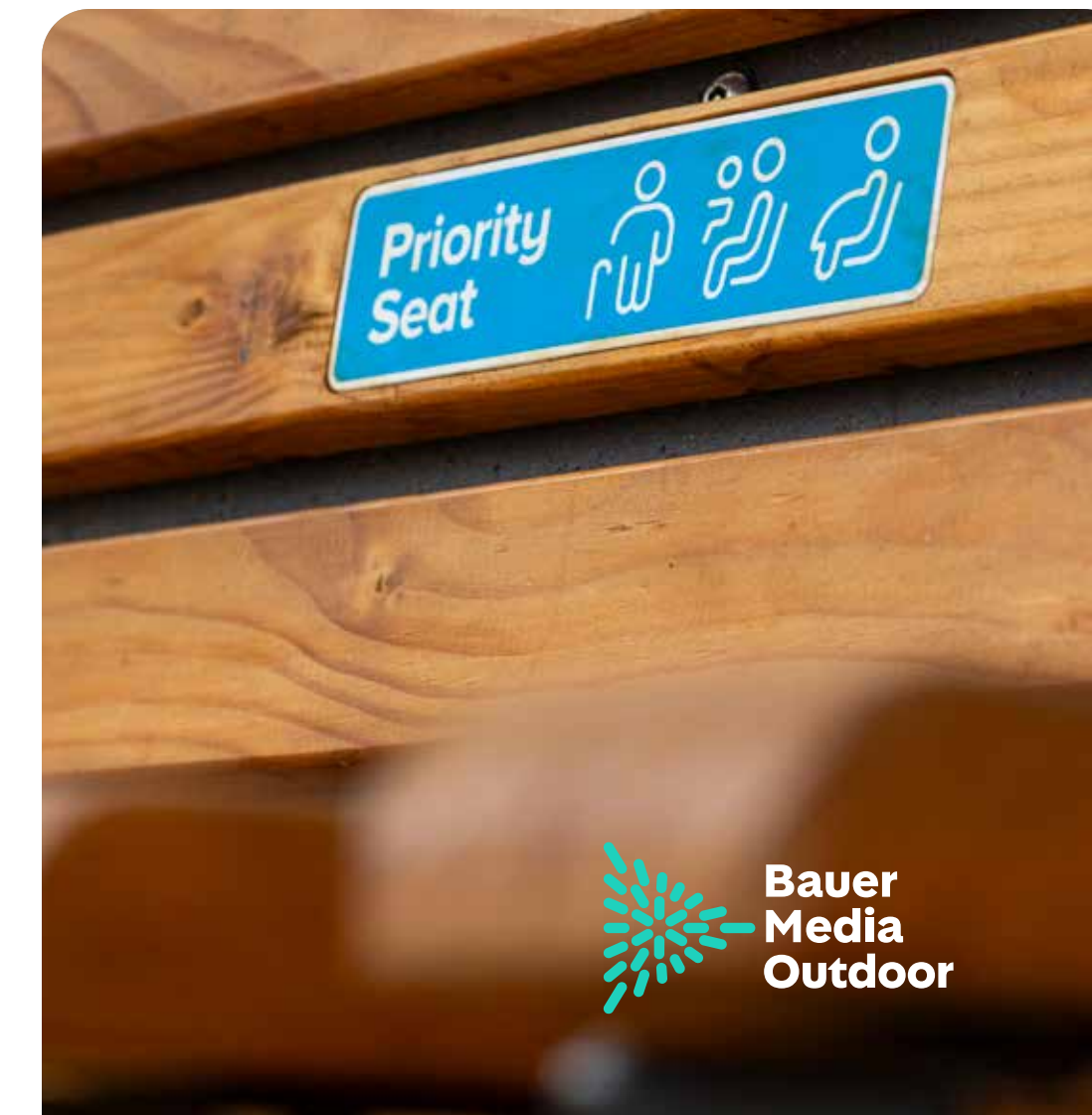
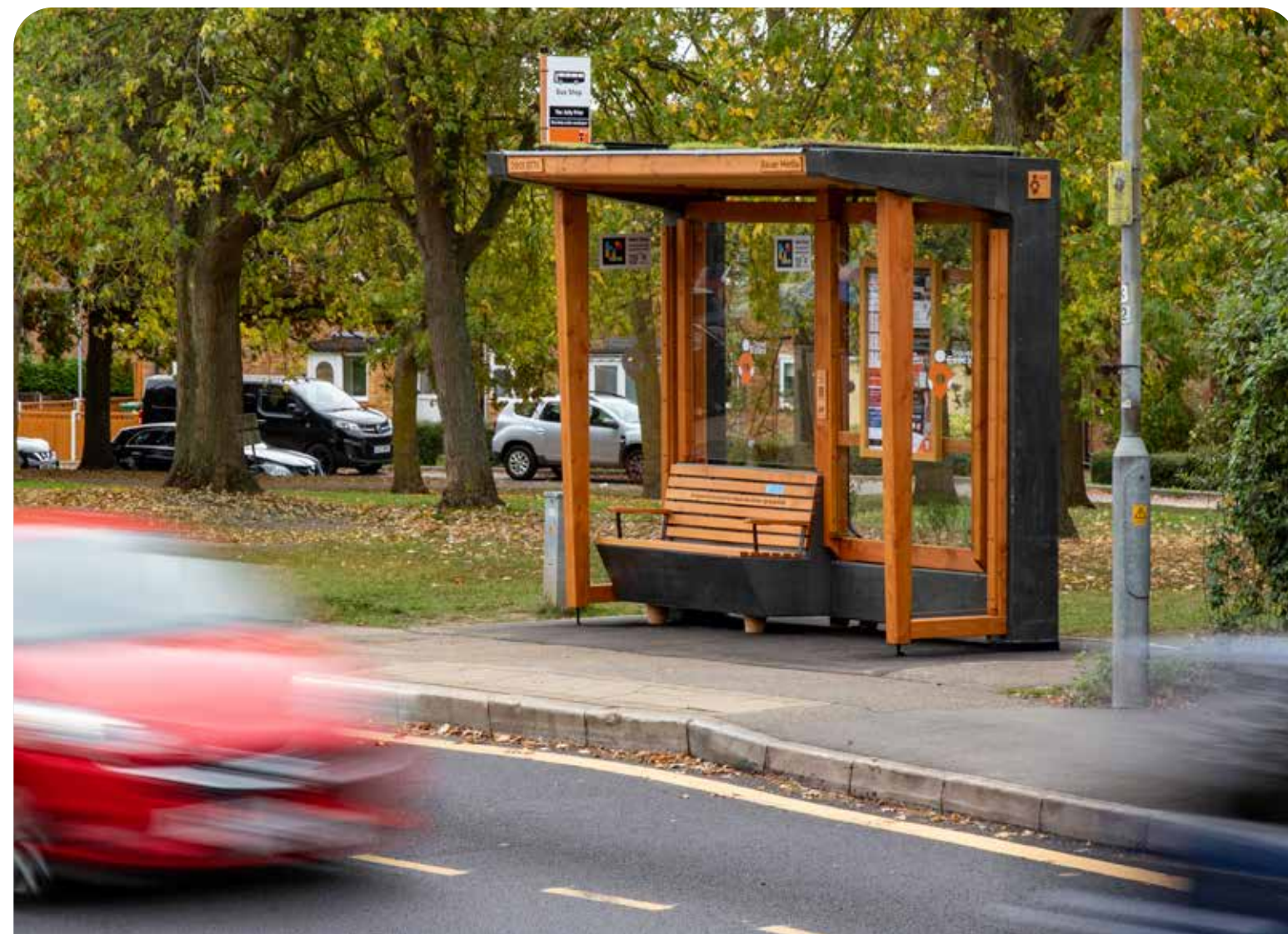
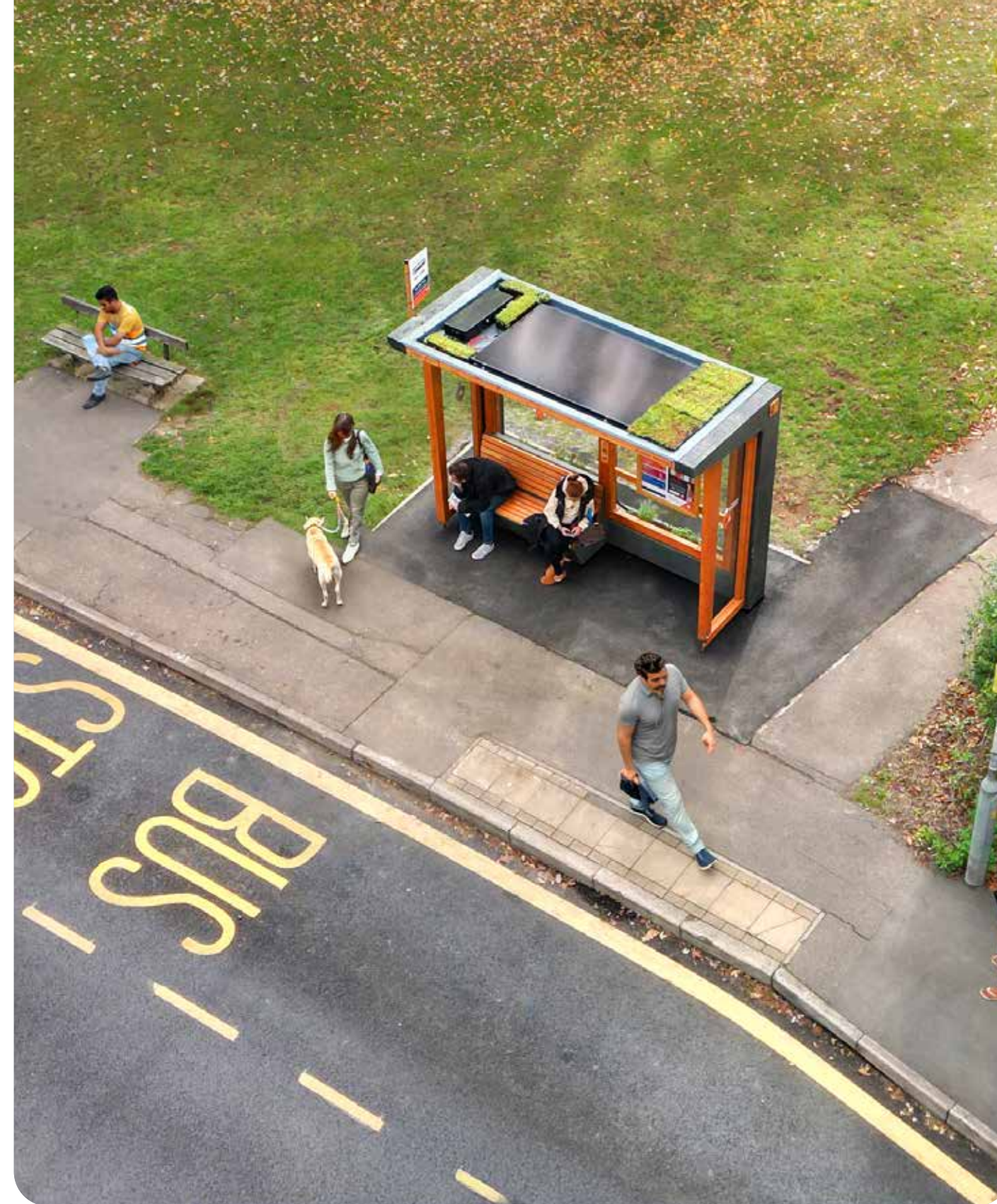


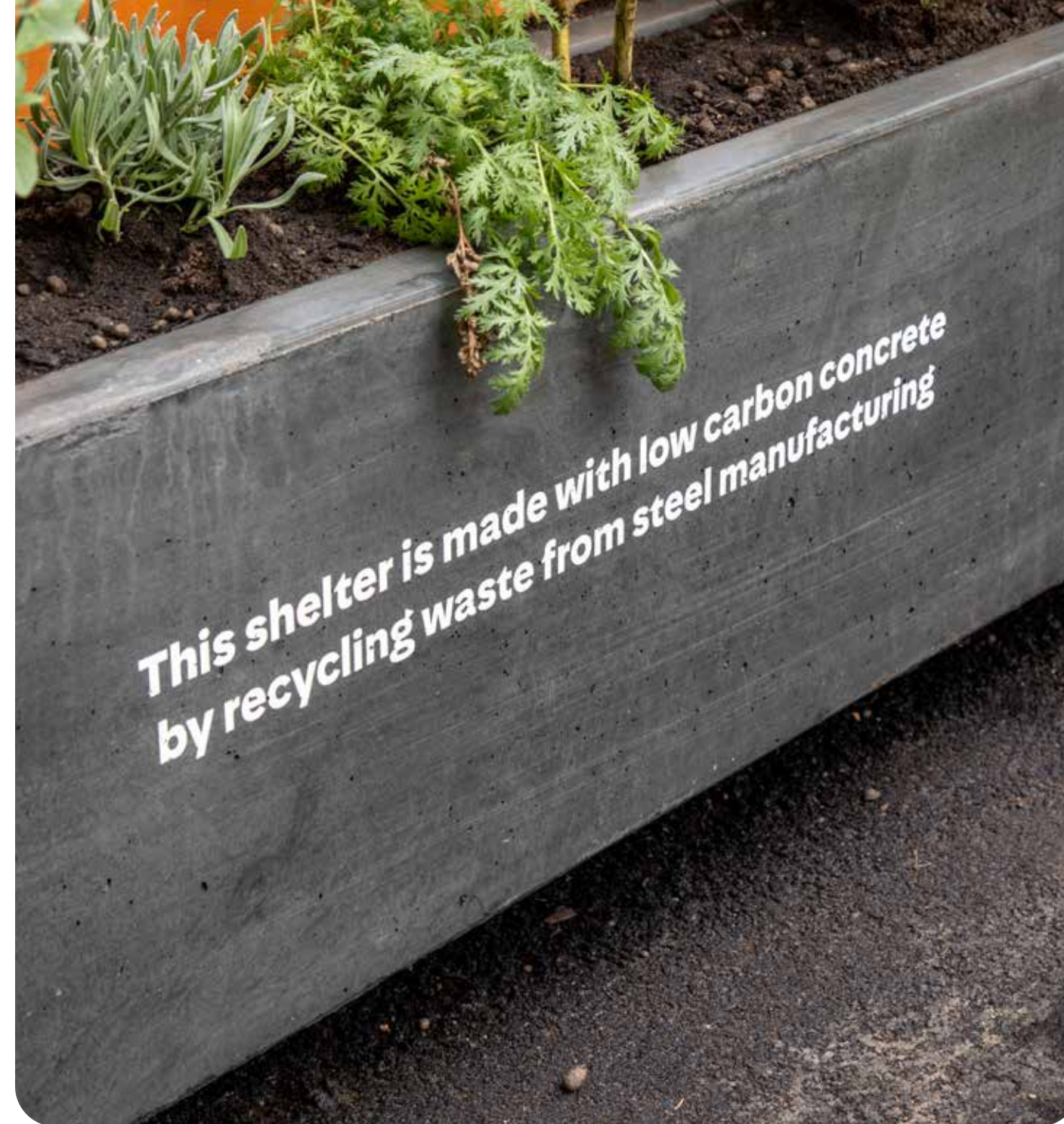
Agir en faveur d'un monde meilleur : notre planète

## Cas concret : les abribus Milestone

En 2025, Bauer Media Outdoor Royaume-Uni a lancé une nouvelle gamme révolutionnaire d'abribus appelée Milestone et développée en partenariat avec la municipalité du comté de l'Essex à l'occasion du lancement de l'initiative Basildon Greener Route. Ce projet innovant représente une avancée majeure dans la conception des infrastructures d'abribus au Royaume-Uni, car il associe des matériaux à faible empreinte carbone à une accessibilité, une sécurité et une expérience passager de meilleure qualité.

La gamme Milestone a été mise au point au terme de recherches approfondies sur les besoins des usagers modernes, en privilégiant notamment l'accessibilité, la sécurité, le confort et la durabilité. Ces abris sont conçus et fabriqués au Royaume-Uni à partir de matériaux locaux et durables, et contribuent ainsi à une chaîne d'approvisionnement plus résiliente et à plus faible empreinte carbone.





Ses principales caractéristiques et ses avantages comprennent les éléments suivants :

- **Design accueillant et inspiré de la nature.** L'objectif de Milestone est d'encourager une utilisation plus fréquente des transports en commun, en ajoutant une touche de verdure et en améliorant la biodiversité, notamment grâce à des toits végétalisés et des bacs à fleurs remplis de plantes locales et de fleurs sauvages.
- **Matériaux durables.** Ils comprennent du bois de sapin Douglas certifié FSC ainsi que du béton et du verre à faible teneur en carbone. Globalement, Milestone génère à peu près 70 % d'émissions de CO2e en moins par rapport à un abribus traditionnel à trois baies.
- **Large utilisation de bois d'ingénierie.** Les principaux éléments structurels sont réalisés en bois d'ingénierie obtenu de manière responsable, ce qui réduit la dépendance à l'égard des matériaux à forte teneur en carbone. Ce bois vient de forêts exploitées en Écosse, ce qui favorise une gestion responsable des forêts et les chaînes d'approvisionnement nationales.
- **Amélioration du confort des passagers.** Les nouveaux sièges sont conçus pour offrir un soutien lombaire et une ergonomie de meilleure qualité.
- **Amélioration de l'accessibilité.** Les fonctionnalités comprennent le système de guidage numérique NaviLens, qui aide les passagers malvoyants, des sièges prioritaires et des horaires éclairés pour faciliter leur utilisation par un large éventail de voyageurs.
- **Éclairage revisité.** Un éclairage intelligent à faible consommation d'énergie, fonctionnant à l'énergie solaire et réparti de manière plus uniforme, contribue une visibilité et une sécurité renforcées, notamment en facilitant la lecture labiale.
- **Trajets plus sûrs.** Les repères de localisation What3Words et les informations de la ligne d'assistance Strut Safe sont affichés sur les horaires pour aider les passagers, notamment la nuit.
- **Fondations surélevées.** Elles permettent une installation plus rapide, ce qui atténue le dérangement causé aux riverains et aux usagers et l'impact environnemental. Comme les fondations peuvent être réutilisées, elles favorisent l'économie circulaire et réduisent la consommation future de matériaux.

## 4. Évaluations du cycle de vie et longévité des actifs

Bauer Media Outdoor adopte systématiquement une approche axée sur la réduction de l'impact environnemental en recherchant des opportunités pour prolonger la vie des actifs, minimiser les déchets et faire des choix éclairés en matière de conception et de matériaux. La réflexion sur le cycle de vie est au cœur des moyens par lesquels nous concevons, entretenons,



réhabilitons et, si nécessaire, remplaçons les infrastructures sur l'ensemble de nos marchés.

- **Évaluer le cycle de vie des produits pour améliorer la conception et l'approvisionnement.** Bauer Media Outdoor utilise des outils d'évaluation du cycle de vie et des ensembles de données pour analyser l'impact environnemental de la production à l'installation, pendant l'exploitation et jusqu'au traitement du produit en fin de vie. Ces évaluations influencent les décisions en matière de conception et d'approvisionnement et facilitent l'application uniforme des principes de l'économie circulaire dans tout notre portefeuille.
- **Utiliser des données sur l'impact environnemental dans la conception des produits.** Nous utilisons un calculateur d'impact environnemental exclusif pour évaluer une large gamme de produits. Au stade de la conception, nous minimisons la masse des matériaux, utilisons davantage de matériaux recyclés ou upcyclés et évitons les matériaux vierges lorsqu'il existe d'autres solutions.
- **Améliorer la recyclabilité et réduire le carbone intégré dans les matériaux.** Près de 99 % des composants des écrans Bauer Media Outdoor sont techniquement recyclables, à l'exception de quelques petites pièces électriques. De l'aluminium recyclé est utilisé dans toute notre gamme de produits, ce qui permet d'éviter en moyenne 20 % d'émissions de gaz à effet de serre par rapport à l'aluminium vierge. Nous réduisons également l'utilisation d'autres matériaux vierges lorsqu'il existe des alternatives recyclées, ce qui permet d'éviter environ 20 à 26 % d'émissions supplémentaires qui viendraient des groupes de produits concernés.
- **Utiliser des matériaux de construction à faible teneur en carbone.** Nous utilisons des alliages de métaux recyclables et ajoutons du calcin de verre dans les vitrages, ce qui réduit la consommation d'énergie et le CO2 intégré. En 2024, Bauer Media Outdoor a commencé à utiliser du verre à faible teneur en carbone (dont les émissions de CO2 sont environ 25 % inférieures à celles du verre traditionnel) et du béton pauvre en carbone (dont les émissions de CO2e sont environ 35 % inférieures à celles du béton classique) dans certains projets.

- **Prolonger la vie des actifs grâce à la maintenance et à la remise à neuf.** Nous accordons la priorité à la maintenance, aux réparations, à la remise à neuf et à la réutilisation plutôt qu'au remplacement, notamment pour les infrastructures à longue durée de vie comme les abribus et les écrans numériques. Les interventions sont enregistrées et l'historique sur l'état des actifs est tenu à jour ; cette approche permet d'évaluer leur état avec précision et de cibler la maintenance là où ses effets sont les meilleurs pour l'environnement. Dans de nombreux cas, cela permet de remettre entièrement à neuf les abris sans les retirer de la voie publique. Les composants qui ne peuvent pas être réutilisés, notamment les déchets d'acier, d'aluminium et de verre, sont envoyés à des partenaires de recyclage afin de réduire la quantité de déchets envoyés à la décharge.
- **Réduire la fréquence des remplacements prématurés grâce à une maintenance structurée.** La maintenance prédictive, préventive et corrective limite la nécessité du remplacement définitif d'équipements comme les écrans d'affichage vieillissants. Grâce à une bonne visibilité sur l'état et les performances des actifs, nous prolongeons la vie opérationnelle des infrastructures tout en garantissant leur sécurité et leur fonctionnalité. S'agissant des écrans numériques, nous estimons que la vie opérationnelle peut dépasser dix ans grâce à l'amélioration des produits et à une maintenance assurée régulièrement, ce qui réduit le carbone intégré dans la fabrication de nouveaux actifs.
- **Faire de la remise à neuf une alternative au remplacement.** Revive, à savoir l'initiative que nous avons adoptée en matière de remise à neuf, démontre comment le prolongement de la durée de vie d'actifs peut avoir des avantages environnementaux et commerciaux tout en minimisant les perturbations dans les espaces publics (voir, à la page 31, le cas concret concernant l'initiative Revive).

## Notre initiative Revive

Revive est une nouvelle option de remise à neuf des abribus que nous proposons désormais aux autorités locales. Il s'agit d'une alternative potentiellement plus écologique, plus rentable et plus rapide au remplacement pur et simple des abribus existants par des abribus neufs.

Lorsque cela est possible, nous pouvons remettre à neuf notre parc actuel d'abribus en les réparant et en les repeignant, afin de les ramener à leur état d'origine et de prolonger leur vie d'une période pouvant aller jusqu'à 10 ans.

L'option Revive offre des avantages significatifs pour l'environnement, les autorités locales et les communautés qu'elles prennent en charge :

# 94 %

de réduction potentielle des émissions de CO2e par abri remis à neuf (par rapport à un abri neuf).

# 85 %

de réduction potentielle des coûts par rapport à l'installation d'un nouvel abri, ce qui permet de réinvestir les économies réalisées au niveau local

## Perturbations maîtrisées

Moins de travaux sur place et moins de désagréments pour les usagers et les commerces locaux.

Dans la mesure où nous assurons régulièrement l'entretien de nos abribus, nombre d'entre eux continuent d'être opérationnels au-delà de leur durée de vie initiale. Dans le cadre de notre initiative Revive, Bauer Media Outdoor Royaume-Uni collabore avec les municipalités pour rénover de manière sélective les parcs d'abribus et prolonger la durée de vie opérationnelle des actifs existants. Après une évaluation structurelle, les abribus qui, selon nous, peuvent être rénovés voient leur durée de vie prolongée de 10 ans et permettent de réduire jusqu'à 94 % des émissions de carbone par rapport aux nouveaux abribus.

Une remise à neuf s'effectue généralement en trois jours et est effectuée par des équipes de Bauer Media Outdoor expérimentées en maintenance et qui utilisent autant que possible des composants recyclés et upcyclés. Le processus comprend les étapes suivantes :

- 1er jour :** les pièces en fin de vie sont retirées, et la structure est préparée et repeinte.
- 2e jour :** les nouveaux composants sont installés en utilisant autant que possible des pièces recyclées et upcyclées.
- 3e jour :** l'installation finale de l'abri est réalisée et il est nettoyé avant d'être approuvé pour une utilisation publique.

La restauration des abris représente un mode plus rentable et plus écologique de renouvellement des infrastructures publiques, car elle permet de limiter les déchets et de prolonger la durée de vie des actifs tout en minimisant le dérangement et en contribuant aux objectifs locaux de durabilité. La restauration des abris a un impact minimal sur nos clients, car les sites publicitaires restent opérationnels durant tout le processus.

En 2025, Bauer Media Outdoor Royaume-Uni a rénové 174 abris, dont 52 à Portsmouth dans le cadre d'une vaste modernisation du site Park and Ride de la ville de Portsmouth. Ces améliorations comprennent un éclairage intelligent, des places assises supplémentaires, une signalisation plus moderne, une accessibilité améliorée et, lorsque cela a été possible, l'installation de toitures végétalisées. Dans le cadre d'un vaste programme de modernisation du parc d'abribus qui s'insère dans l'Initiative Revive pour la ville Portsmouth, Bauer Media Outdoor rénovera à terme 251 abribus, ce qui représentera une économie considérable par rapport à l'installation de nouveaux abribus.



Agir en faveur d'un monde meilleur : notre planète

### Fin de vie

Taux de recyclage du mobilier et assistance au tri et à la récupération des composants.



### Matières premières

Matériaux utilisés dans la composition du mobilier.



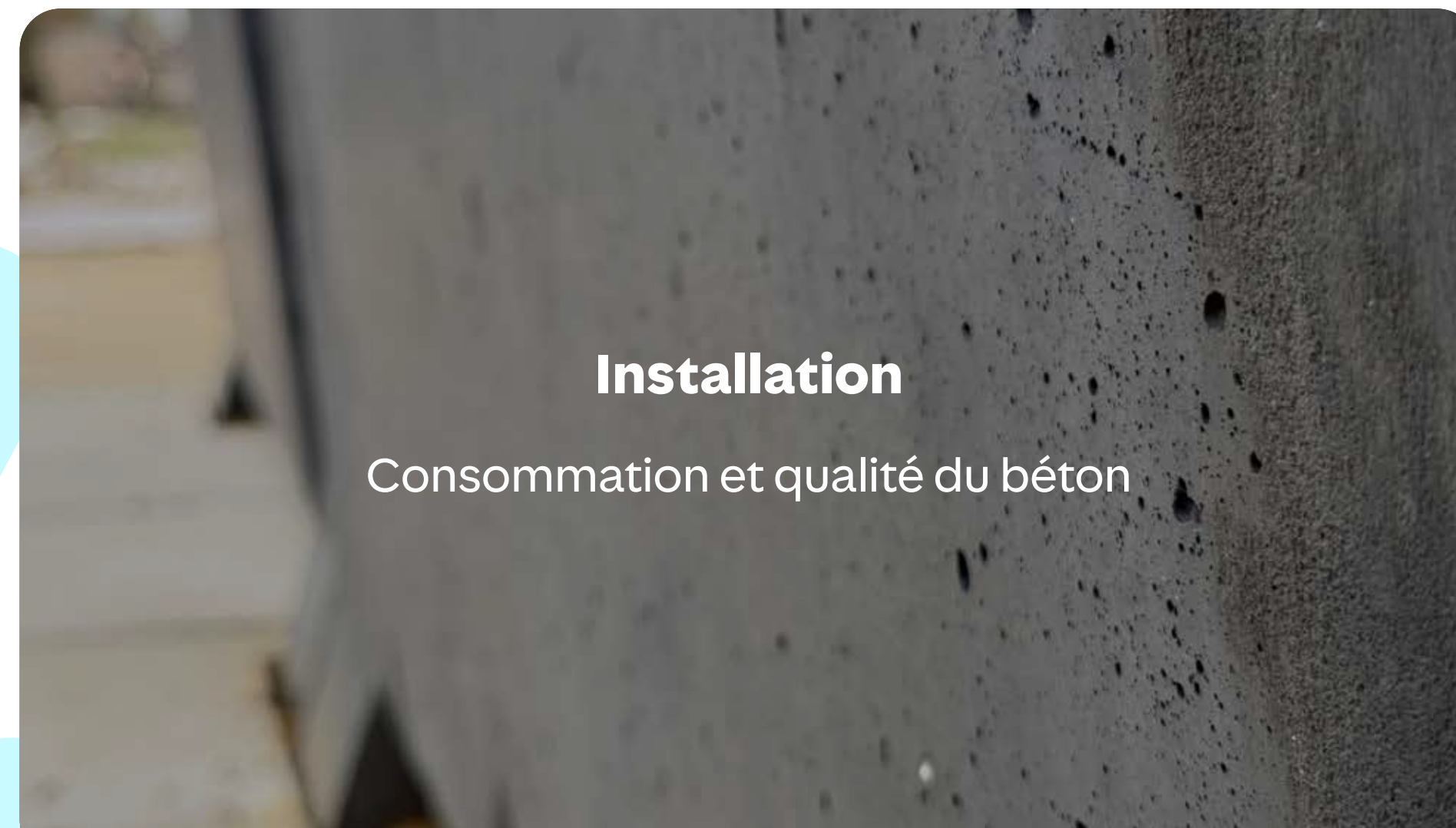
### Production et assemblage

Processus de fabrication et sites.

## Facteurs pris en compte dans le cycle de vie de nos mobiliers

### Utilisation et maintenance

Consommation d'énergie, durée de vie et consommables (affiches, pièces détachées, produits de nettoyage).



### Installation

Consommation et qualité du béton



### Emballage et logistique

Type de véhicule, nombre de kilomètres parcourus et poids transporté.





## 5. Énergie renouvelable

Bauer Media Outdoor a recours à toute une série de mesures visant à réduire l'impact de ses activités sur le climat, en se concentrant d'abord sur la réduction de la demande énergétique, pour s'attacher ensuite à la décarbonation de l'électricité que nous utilisons.

- **Réduire la demande grâce à des contrôles opérationnels.** Sur l'ensemble de nos marchés, nous utilisons des capteurs et des paramètres configurables à distance pour atténuer la luminosité du rétroéclairage des écrans numériques ou l'éteindre et, le cas échéant, mettre les écrans en veille prolongée.
- **Améliorer l'efficacité grâce à la technologie.** Nous développons et déployons un éclairage intelligent à haut rendement et à faible consommation d'énergie sur le mobilier urbain et pour les écrans numériques. Le dernier exemple en date est le dispositif à cristaux liquides Bauer Media Outdoor Waferlite installé en bordure de route, dont les tests effectués par des tiers font état d'une réduction de 50 % de la consommation d'électricité par rapport à la version précédente.
- **S'approvisionner en électricité renouvelable pour nos propres opérations.** En 2024, il a été estimé que près de 87 % des unités commerciales (pondérées en fonction du chiffre d'affaires) se sont approvisionnées à 100 % en électricité renouvelable pour les installations appartenant à Bauer Media Outdoor. Depuis 2021, les nouveaux contrats d'électricité exigent un approvisionnement en électricité renouvelable\*.
- **Utiliser des solutions d'énergie renouvelable spécifiques au marché.** Bauer Media Outdoor Poland s'approvisionne en électricité venant d'énergies renouvelables auprès de Polenergia et produite par le parc éolien de Dębsk qui se trouve dans le centre-est de la Pologne.
- **Favoriser et encourager l'utilisation des énergies renouvelables au-delà nos propres sites.** Nous encourageons nos partenaires commerciaux à utiliser des énergies renouvelables, notamment l'énergie solaire, afin de réduire l'empreinte environnementale globale de nos produits.

\*Une partie de l'électricité renouvelable est achetée sur le réseau et certifiée par les garanties d'origine des fournisseurs d'énergie renouvelable au Royaume-Uni et les garanties d'origine de l'Union européenne, ce qui correspond à une quantité équivalente d'électricité achetée auprès de sources renouvelables.

## 6. Initiatives de réduction de la luminosité des écrans

Bauer Media Outdoor exerce des contrôles de luminosité et de fonctionnement sur tous ses équipements numériques afin de réduire la consommation d'énergie tout en respectant les exigences nationales et locales. Ces contrôles comprennent des limites de luminosité définies, des capteurs de lumière, des paramètres logiciels programmés et des garanties opérationnelles visant à garantir que les écrans demeurent adaptés aux conditions locales tout en réduisant la consommation d'électricité.

Outre ces mesures techniques, de nombreux marchés limitent les heures d'exploitation afin de préserver l'énergie, de respecter les règles sur la pollution lumineuse ou la conservation, et de suivre les habitudes de la population. Par exemple, Bauer Media Outdoor Pays-Bas veille à l'extinction, en dehors des heures de cours, des écrans installés dans les écoles, tandis que les écrans numériques standard au Royaume-Uni sont éteints toutes les nuits pendant au moins cinq heures.



## 7. Recyclage des déchets et réduction des déchets et de la dépendance aux ressources naturelles

Les exigences concernant les matériaux recyclés et réutilisés varient selon les villes, les municipalités et les organismes de transports en commun, et les cahiers des charges des appels d'offres reprennent ces attentes de plus en plus souvent. Dans certains pays, les autorités locales sont dans l'obligation légale de recycler ou de remettre à neuf le mobilier urbain. Bauer Media Outdoor continue de peaufiner son approche visant à utiliser davantage de matériaux recyclés, plutôt que des matériaux vierges, dans la fabrication de nouveaux produits, lorsque les exigences des appels d'offres et les normes techniques le permettent.

Nous examinons les principaux matériaux utilisés dans les actifs clés, notamment les écrans et les abribus, afin repérer des possibilités de réduction des déchets et des émissions associées. Par exemple, la production d'aluminium recyclé nécessite environ 90 % d'énergie en moins que celle de l'aluminium primaire\*.

Nous poursuivons également l'intégration de matériaux recyclés ou upcyclés dans des matériaux tels que l'acier, le verre et les plastiques, lorsque cela est possible. En 2024, Bauer Media Outdoor Royaume-Uni a déclaré, pour les déchets générés par ses opérations, un chiffre d'intensité des déchets de champ 3 de 0,00005 tCO2e par tranche de 1 000,00 GBP de chiffre d'affaires.

\*Source : european-aluminium.eu/ pour les données relatives à l'aluminium

Depuis 2023, Bauer Media Outdoor Belgique utilise des affiches « Green Offer » imprimées avec de l'encre sans solvant sur du papier recyclé à 100 %.



Les affiches de Bauer Media Outdoor Pays-Bas ont été réutilisées par des artistes pour créer de nouvelles œuvres d'art exposées dans les abribus.

Bauer Media Outdoor Finland a lancé un programme de collecte et de recyclage sélectifs de verre trempé provenant des abribus afin qu'il puisse être transformé en agrégat de verre cellulaire utilisé dans l'isolation des bâtiments et la construction routière.

## 8. Élimination des déchets dangereux

Bauer Media Outdoor assure la gestion des déchets dangereux conformément aux exigences légales et réglementaires applicables et collabore avec des fournisseurs spécialisés afin de garantir une manipulation, un traçage et une élimination appropriés sur tous les marchés.

- **Déclarations de la part des fournisseurs et transparence.** Les principaux prestataires chargés de l'élimination des déchets sont tenus de fournir des informations détaillées sur le type et la quantité de matériaux éliminés. La directive-cadre de l'UE sur les déchets énonce les définitions et les exigences de base relatives à la gestion des déchets, notamment leur classification, leur recyclage et leur récupération.
- **Flux des déchets dangereux.** Les déchets dangereux issus de nos opérations et de notre chaîne d'approvisionnement peuvent inclure des équipements électriques et électroniques usagés (tels que des écrans, des écrans d'affichage, des appareils de commande, des moteurs et des ventilateurs), des lampes et des tubes, de la peinture et des pots de peinture, des aérosols, des piles et des déchets bitumineux.
- **Détournement des déchets et réduction des mises en décharge.** Au Royaume-Uni, Bauer Media Outdoor a détourné les déchets opérationnels des décharges, et il est estimé que plus de 99,1 % du total des déchets opérationnels dangereux et non dangereux ont été détournés en 2025. Le volume global des déchets de 2025 a baissé de 1 146 tonnes (soit une réduction de 52 % par rapport à 2024).

## 9. Flotte

Bauer Media Outdoor analyse les possibilités permettant d'accroître l'utilisation de véhicules hybrides et électriques dans ses opérations, en tenant compte de la disponibilité des véhicules, des infrastructures de recharge et de l'adéquation technique des modèles actuels à des usages opérationnels spécifiques.

Bauer Media Outdoor a introduit des véhicules hybrides et électriques dans ses principales flottes. En Belgique, par exemple, la proportion de voitures hybrides rechargeables et électriques à usage privé est passée de 7 % en 2022 à 64 % en 2024, tandis que celle des camionnettes de livraison hybrides et électriques a grimpé de 3 % à 50 % au cours de la même période.

## 10. Services de vélos en libre-service

Bauer Media Outdoor exploite, sur plusieurs marchés européens, des services de vélos en libre-service financés par la publicité, et favorise ainsi une mobilité urbaine décarbonée tout en créant de nouvelles opportunités publicitaires très efficaces. Nous gérons ces services en Belgique, en Suède et en Norvège, avec un parc total de plus de 10 000 vélos, dont une part croissante de vélos électriques.

En 2024, Bauer Media Outdoor a renforcé cette capacité par l'acquisition, en Norvège, d'UIP, une société spécialisée dans le développement urbain et les solutions de micromobilité. Cette acquisition a élargi notre capacité à fournir aux villes et aux municipalités des services de mobilité intégrés et financés par la publicité.

En 2025, Bauer Media Outdoor Finlande s'est associée à Bauer Media Outdoor Estonie pour lancer une solution Smart City en collaboration avec Bikeep. Cette initiative a conduit à l'installation, dans les centres commerciaux, de bornes de stationnement intelligentes pour vélos financées par la publicité, offrant ainsi un stationnement sécurisé et piloté par une application, des alarmes intégrées et des bornes de recharge pour vélos électriques. En incitant à délaissier la voiture pour enfourcher un vélo, ces solutions favorisent des modes de transport plus respectueux de l'environnement et contribuent à assainir les environnements urbains.





## 11. Nettoyage et maintenance

Bauer Media Outdoor récupère l'eau de pluie de certains endroits (sous réserve de la réglementation applicable) et l'utilise ensuite pour le nettoyage de sites. Cette solution ne nécessite aucun produit de nettoyage supplémentaire. Bauer Media Outdoor Royaume-Uni estime que l'utilisation de l'eau de pluie et de systèmes de lavage optimisés permet de réduire la consommation d'eau du réseau jusqu'à 50 %.

## 12. Mesure de la consommation d'eau douce, de l'efficacité hydrique et de l'intensité des eaux usées

Les réservoirs de Bauer Media Outdoor surveillent la consommation d'eau et mettent en œuvre des mesures de limitation de l'utilisation de l'eau douce. Ces mesures comprennent notamment des systèmes de lavage améliorés utilisant des lances à faible débit alimentées en eau et sans détergents, ce qui permet de réutiliser l'eau usée dans les réseaux d'évacuation des eaux de surface.

Sur plusieurs marchés, notamment en Estonie, en Belgique et au Royaume-Uni, des systèmes de récupération des eaux de pluie ont été installés sur certains sites pour freiner la demande en eau du réseau. Au Royaume-Uni, la consommation d'eau des réservoirs est surveillée afin d'identifier les tendances imprévues et de faciliter les analyses comparatives. Depuis l'installation de systèmes de récupération des eaux de pluie dans tous les réservoirs où cela était techniquement possible, Bauer Media Outdoor Royaume-Uni a réussi, à la fin de l'année 2025, à réduire de plus de 5 000 m<sup>3</sup> sa consommation d'eau du réseau.



## 13. Biodiversité

Bauer Media Outdoor reconnaît que la biodiversité constitue un enjeu de plus en plus important pour les villes, les collectivités et les autorités locales, notamment dans les environnements urbains à forte densité où les espaces verts se font rares. De petits aménagements judicieusement localisés peuvent faciliter la reconstitution des liens entre les habitats fragmentés et favoriser la résilience des écosystèmes urbains. Dans la mesure du possible, nous intégrons des éléments favorables à la biodiversité dans les infrastructures et nous collaborons avec nos partenaires dans le cadre d'initiatives environnementales locales.

Sur l'ensemble de nos marchés, cette démarche se traduit par toute une série de mesures concrètes :

- En février 2025, les salariés de Bauer Media Outdoor Pays-Bas et des partenaires du secteur ont planté 100 tilleuls en collaboration avec Trees for All.
- Bauer Media Outdoor Suède a soutenu la campagne 2025 du Fonds mondial pour la nature (WWF) incitant les citoyens à réduire la pollution et à protéger les écosystèmes marins.

- Au Royaume-Uni, Bauer Media Outdoor a financé 13 aires de jeux comestibles depuis 2022, a planté plus de 400 arbres dans des zones urbaines grâce à des partenariats caritatifs, a lancé 11 fonds d'investissement locaux pour des projets environnementaux et a apporté son soutien à des initiatives locales de nettoyage, notamment la collecte de 289 sacs de déchets dans le cadre de l'opération « Keep Britain Tidy Big Spring Clean Up 2025 ». Au Royaume-Uni, 36 prairies verticales et plus de 240 toitures végétalisées ont été installées à ce jour.



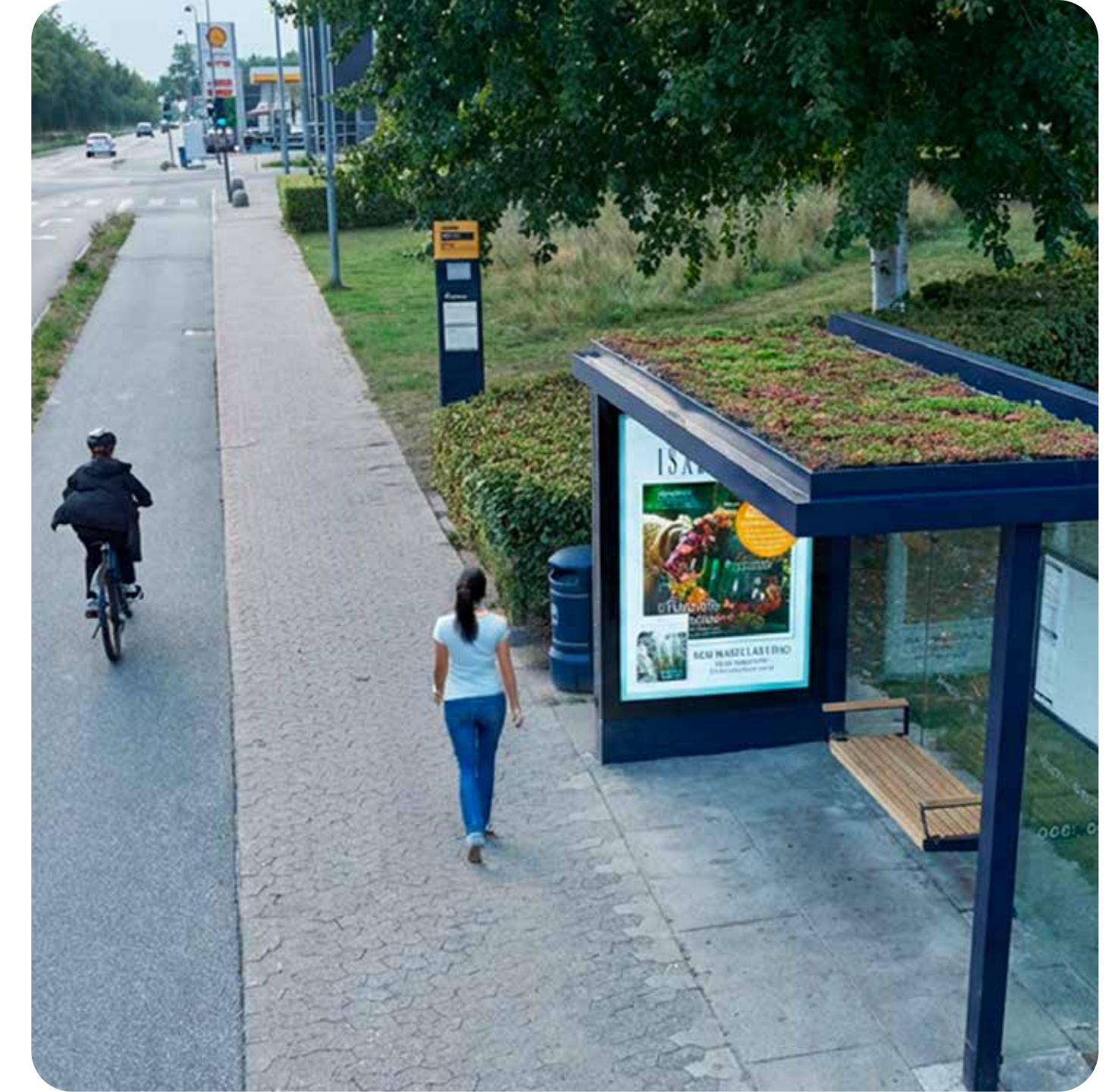
## 14. Toits végétalisés

En 2019, Bauer Media Outdoor a lancé le projet Living Roof pour assortir les infrastructures urbaines actuelles de caractéristiques favorables à la biodiversité. À ce jour, plus de 1 000 toits végétalisés ont été installés aux Pays-Bas, en Scandinavie, en Belgique, en Irlande et au Royaume-Uni.

Les toits végétalisés favorisent la biodiversité urbaine en offrant un habitat et des sources d'alimentation aux pollinisateurs et aux oiseaux grâce à la plantation de fleurs sauvages locales et de sedums. Ils contribuent également à un drainage urbain durable, dans la mesure où, selon des tests, les taux de régulation des eaux pluviales varient entre 40 % et 90 % en fonction des niveaux de saturation, et peuvent accentuer la réduction du ruissellement des eaux de surface lors de fortes précipitations tout en atténuant la chaleur urbaine.

Une toiture végétalisée est installée sur des abribus adaptés grâce à une conception intégrée associant un toit et un bac. Les composants du toit sont fabriqués à partir de matériaux recyclés à 100 %, le gravier de drainage provient de déchets de pierre ponce upcyclés et les structures périphériques sont en matériaux recyclables, tels que du bois synthétique upcyclé ou du bois certifié FSC® traité avec des revêtements à base d'eau non dangereux.

Au Royaume-Uni, les toits végétalisés ont fait l'objet d'une évaluation indépendante effectuée par la Royal Society of Wildlife Trusts et Middlemarch, un cabinet de conseil environnemental de premier plan, dont les conclusions font état d'un bilan positif net en matière de biodiversité. Bauer Media Outdoor Royaume-Uni poursuit avec The Wildlife Trust une collaboration qui dure depuis six ans, dans la mesure où des réseaux de toits végétalisés sont désormais installés dans des villes telles que Brighton, Cardiff, Derby, Glasgow et Sunderland.



## 15. Dalles de sédum

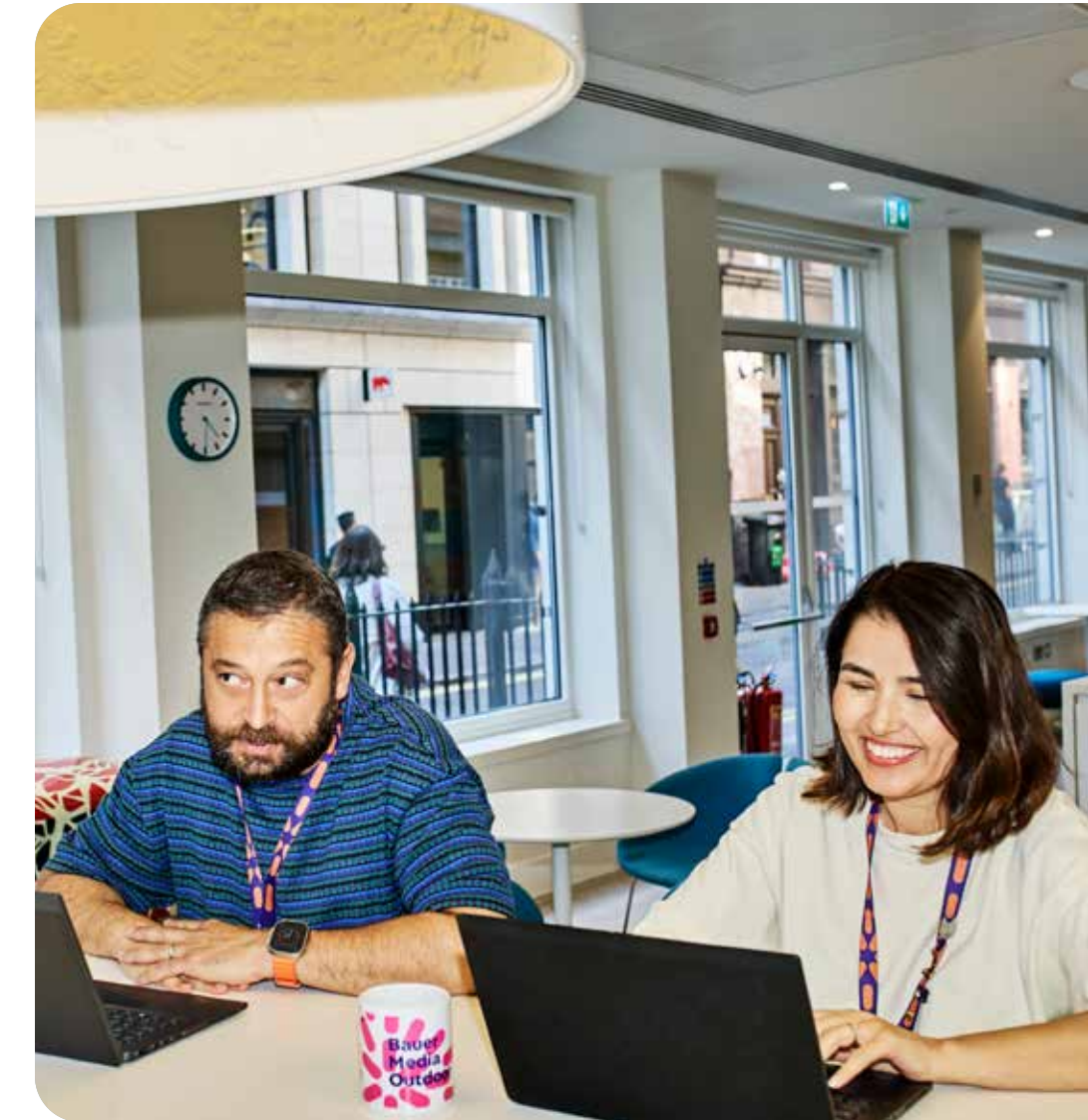
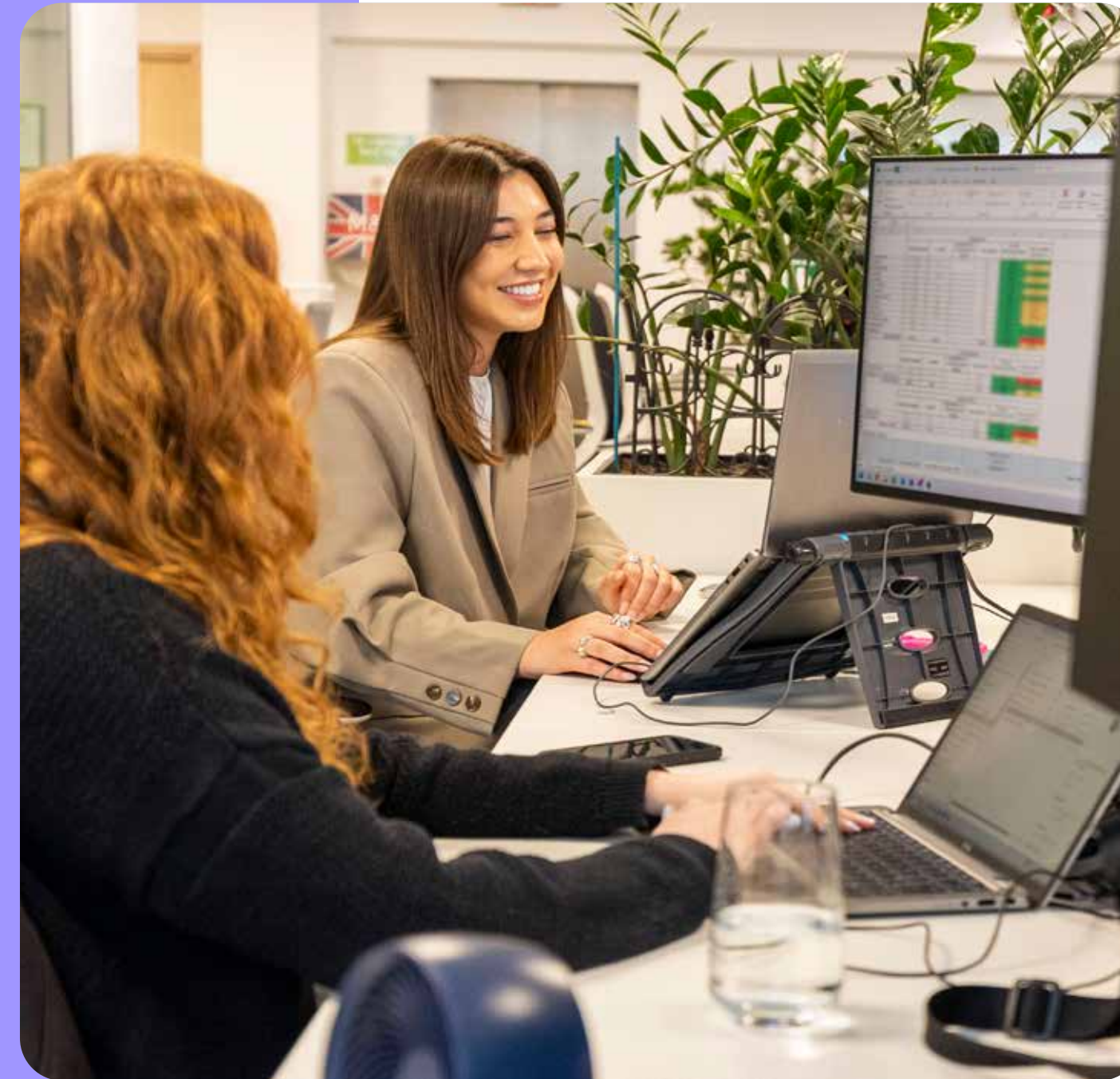
En 2025, Bauer Media Outdoor Pays-Bas a posé des dalles de sédum à proximité d'abribus sélectionnés, dans le cadre d'une initiative modulaire à petite échelle visant à favoriser la biodiversité urbaine. Chaque dalle de 30 x 30 cm se compose de neuf espèces de sedum choisies pour recouvrir le sol tout au long de l'année, fleurir à différents moments de l'été et résister aux conditions hivernales.

Ces dalles fournissent de la nourriture et un abri aux insectes et aux oiseaux et peuvent être installées individuellement ou en groupes, ce qui offre une grande flexibilité là où la mise en place de toits végétalisés ne serait pas adaptée. Les dalles de sedum soutiennent également les efforts locaux réalisés pour apporter une touche de verdure, notamment en participant à l'initiative néerlandaise NK Tegelwippen, qui encourage le remplacement des chaussées par de la végétation.

# Agir en faveur d'un monde meilleur : nos collaborateurs

Chez Bauer Media Outdoor, nos collaborateurs jouent un rôle central dans les mécanismes par lesquels nous exploitons une entreprise de médias en contact direct avec le public. Nos équipes prennent en charge la conception, la construction, l'exploitation et la maintenance des installations dans des villes et les collectivités européennes, et leurs compétences, leur discernement et leur intégrité sont essentiels à la sécurité, à la continuité du service et à la confiance des municipalités, de nos partenaires et des populations.

Nous nous engageons à créer un lieu de travail sûr, équitable et inclusif, où chaque personne peut s'épanouir, jouer un rôle et se sentir respectée. En aidant nos collaborateurs à se développer, nous renforçons les capacités, la collaboration et la responsabilisation indispensables pour gérer notre réseau de manière responsable et créer de la valeur à long terme pour nos parties prenantes.



# L'essentiel: agir pour notre personnel

La capacité de Bauer Media Outdoor à fournir une infrastructure publique et fiable de médias et à se mettre au service de ses annonceurs dépend de tous les membres de nos équipes, qu'il s'agisse de ceux qui conçoivent, installent, exploitent et entretiennent nos installations quotidiennement ou de ceux qui échangent avec nos annonceurs pour les aider à toucher leur public. Nos modes de la gestion des ressources humaines visent à créer des environnements de travail sûrs, équitables et inclusifs, à développer des compétences sur le long terme et à favoriser des performances constantes sur des marchés et dans des conditions d'exploitation variés.



**Un lieu de travail inclusif et respectueux**

Nous favorisons le traitement équitable, l'égalité des chances et les comportements respectueux à travers des politiques claires et des pratiques de gestion au quotidien.

Les comportements inclusifs sont intégrés dans tous les marchés, et sont encouragés par des attentes uniformes, l'engagement des employés et un feedback communiqué régulièrement.

La diversité de nos équipes est le reflet des communautés que nous servons et favorise des méthodes de travail stables, collégiales et responsables.



**Des cadres de travail équitables, sains et sûrs**

La santé, la sécurité et le bien-être figurent parmi nos priorités absolues, tout particulièrement pour les équipes qui travaillent à proximité de la circulation et dans l'espace public.

Des normes de sécurité uniformes, des formations et un système de signalement des incidents renforcent la gestion du risque et la sécurité des opérations sur tous nos marchés.

Les initiatives en faveur du bien-être et des conditions de travail équitables favorisent la pérennité de l'emploi, la résilience et les performances durables.



**Des possibilités de développement et d'épanouissement**

Pour assurer la fourniture de nos services à long terme et notre résilience opérationnelle, nous investissons dans la formation, les compétences et le développement de carrière.

Les programmes de développement permettent de renforcer l'expertise technique, les capacités de leadership et le niveau de préparation face à l'évolution des technologies et des besoins des clients.

En développant les compétences en interne, nous garantissons à nos partenaires du secteur public la continuité, la qualité et la fiabilité de nos services.

## Objectifs de Développement Durable



# Santé, sécurité et bien-être

La santé, la sécurité et le bien-être de nos collaborateurs représentent la pierre angulaire de nos modes de fonctionnement. En tant que société spécialisée dans la conception, la construction, l'installation et la maintenance d'infrastructures de médias grand public, nous accordons une importance particulière à la gestion des risques, à la protection de nos collaborateurs et au développement d'environnements de travail sûrs dans tous les marchés.

Notre approche s'appuie sur le respect des réglementations applicables, l'amélioration continue et une culture soucieuse du bien-être. Nous nous efforçons de respecter les exigences sanitaires et sécuritaires propres à chacun de nos marchés et nous renforçons ces dernières par des politiques, des formations et des systèmes de gestion applicables à l'ensemble du groupe. Le respect de nos directives et procédures est obligatoire, et nos procédures sont régulièrement soumises à des audits internes et, le cas échéant, à des inspections indépendantes.

Chez Bauer Media Outdoor, des systèmes de gestion de la santé et de la sécurité sont mis en œuvre au niveau local afin de tenir compte des risques opérationnels et des exigences réglementaires. Sur certains marchés, ces systèmes sont mis en conformité avec des normes internationales reconnues, y compris la norme ISO 45001. En ce qui concerne les équipes opérationnelles, il a été adopté des mesures de sécurité supplémentaires, telles que des dispositifs de protection des travailleurs isolés et des outils d'intervention d'urgence pour apporter une assistance rapide en cas de besoin.

Les initiatives locales menées sur nos marchés comprennent :

**Norvège:** des réunions trimestrielles du comité HSE et des évaluations annuelles des risques facilitent le repérage et la gestion des risques sur le lieu de travail.

**Pologne:** des formations spécifiques sur la santé et la sécurité au travail pour les équipes de terrain et l'amélioration de l'ergonomie en faveur du personnel de bureau et en télétravail.

**Suède:** intégration de considérations sécuritaires dans les évaluations de poste et les analyses des lieux de travail.

**Royaume-Uni:** notre campagne « Safety First, Every Day » (la sécurité avant tout, tous les jours) renforce une culture axée sur la sécurité, notamment dans les équipes de construction et de maintenance. Les exigences de formation sont adaptées aux risques propres à chaque poste et sont contrôlées pour garantir leur application uniforme dans toute l'entreprise.

Nous estimons également que la santé mentale est d'une importance égale à celle de la sécurité physique. Sur l'ensemble de nos marchés, nous proposons des programmes d'aide qui offrent des conseils et un appui confidentiels, tant aux employés qu'à leurs familles. Nous organisons des formations, des webinaires, des interventions d'intervenants invités et des initiatives de sensibilisation ciblées, y compris des programmes spécialement prévus pour les équipes opérationnelles majoritairement masculines, afin de favoriser un dialogue ouvert et de réduire toute stigmatisation. Les initiatives locales en matière de bien-être comprennent :

**Belgique:** un congrès sur l'alimentation saine animé par des spécialistes en nutrition, ainsi que des activités de bénévolat dans le cadre de la RSE et la

participation à la course/marche « Make-A-Wish 20 km » à Bruxelles.

**Pays-Bas:** des activités dans le cadre de la Semaine de la santé mentale et la journée annuelle Bauer Media Outdoor Impact Day en soutien à des initiatives locales telles que les jardins scolaires et l'aide aux personnes en situation de handicap.

**Norvège:** des présentations et des sessions de dialogue en groupe organisées dans le cadre de la Journée mondiale de la santé mentale et de la marche des fiertés.

**Royaume-Uni:** un réseau Mental Health Allies et une formation pour cadres, organisés en partenariat avec Mental Health at Work.

Sous réserve des besoins de l'entreprise et de la réglementation locale, nous favorisons l'équilibre vie privée/vie professionnelle grâce à des modalités de travail flexibles et hybrides, et nous proposons des politiques favorables à la famille sur plusieurs marchés. En Belgique, une politique sur le droit à la déconnexion a été mise en place pour favoriser le bien-être des employés et poser des limites plus claires sur le temps de travail.



# Équité, rémunération et conditions de travail

Bauer Media Outdoor entend offrir des conditions de travail équitables et transparentes sur l'ensemble de ses marchés, en appliquant des politiques et des principes de gouvernance clairement définis. Notre approche en matière de rémunération, d'avantages et de pratiques de travail a pour objectif d'attirer et de garder les personnes qui possèdent les compétences nécessaires au bon fonctionnement de notre entreprise, tout en tenant compte des conditions du marché local et des exigences réglementaires.

## Rémunération et reconnaissance

Les stratégies de rémunération de Bauer Media Outdoor sont élaborées afin de soutenir nos objectifs commerciaux en attirant, en gardant et en motivant des talents. En général, cette rémunération comprend un salaire de base et, le cas échéant, un intéressement indexé sur les performances financières, opérationnelles, stratégiques et individuelles.

Notre processus annuel de révision salariale vise à reconnaître les performances et la contribution de chacun, tout en tenant compte des repères du marché et de l'équité interne. Les postes commerciaux bénéficient d'un système de commissions associant un salaire de base fixe à des incitations variables liées à des objectifs convenus.

Au Royaume-Uni, Bauer Media Outdoor est un employeur versant un salaire minimum vital et a fait partie des premiers signataires de l'engagement pris par la Living Wage Foundation en 2014. Sur l'ensemble de nos marchés, les structures salariales sont régulièrement réexaminées pour s'assurer qu'elles demeurent conformes à la législation applicable, y compris aux nouvelles exigences européennes sur la transparence salariale. Le cas échéant, des plans d'action ciblés sont élaborés pour combler les lacunes relevées et garantir une équité durable.



## Rémunération des dirigeants

Notre cadre de rémunération des dirigeants établit un lien entre les priorités commerciales et les performances, et tient compte des objectifs liés à la durabilité. Il vise à aligner les incitations accordées aux dirigeants sur la création de valeur à long terme et sur des résultats commerciaux responsables.

## Avantages

Nous comprenons que la rémunération ne se limite pas au versement d'un salaire. Bauer Media Outdoor offre toute une gamme d'avantages, qui varient en fonction du marché et du poste, et qui peuvent inclure des prestations de santé et d'assurance, des plans d'épargne-retraite ainsi que d'autres avantages locaux.

En voici quelques exemples :

**Royaume-Uni:** un accès à des visites médicales et à des bilans de santé, à des mesures d'accompagnement pendant la ménopause, à des plateformes proposant des réductions, ainsi qu'à des avantages financés par une partie du salaire, notamment ceux liés aux technologies et aux vélos.

**Pologne:** mise en place d'une nouvelle plateforme d'avantages à la carte offrant un accès élargi à des soins médicaux.



## Compétences, capacités et état de préparation pour l'avenir

Bauer Media Outdoor souhaite que ses collaborateurs acquièrent les compétences et les aptitudes nécessaires pour stimuler ses performances commerciales, notamment dans la conduite d'échanges efficaces avec ses annonceurs, ainsi que dans l'exploitation, la maintenance et le développement d'une infrastructure de médias tournée vers le public, dans un environnement en constante évolution. Notre priorité est le développement de compétences techniques, managériales et fonctionnelles qui favorisent la sécurité des opérations, l'innovation et la résilience à long terme.

Sur l'ensemble de nos marchés, nous investissons dans la formation et le développement professionnel pour accompagner nos employés dans leurs fonctions actuelles et les préparer à assumer de nouvelles responsabilités. L'activité de formation est adaptée aux besoins locaux et aux priorités de la société, et s'aligne également sur les normes et les programmes communs au niveau européen.

Notre programme Bright Sparks, lancé sur tous les marchés, réunit des participants de différents pays pour développer leurs compétences en matière de leadership, leur introspection et leur esprit de collaboration grâce à un coaching, un apprentissage par les pairs et des projets professionnels concrets.

Au sein du groupe Bauer Media, la Bauer Academy a été lancée sur les marchés scandinave, britannique et belge, et devrait être déployée sur d'autres marchés. L'Academy propose des apprentissages sur un large éventail de thèmes, notamment dans les domaines techniques, du management et du développement personnel, et a été créée pour favoriser un renforcement continu des compétences tout en permettant une mise en œuvre au niveau local.



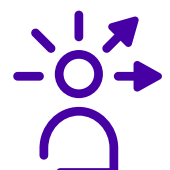
## Apprentissage et développement

Notre politique d'investissement dans le développement de nos collaborateurs consiste à donner à toute personne la possibilité d'apprendre, de collaborer et de prendre part à l'élaboration de l'avenir de notre entreprise. Cette approche comprend des plans d'apprentissage structurés, des programmes de développement du leadership, des expériences interfonctionnelles ainsi que des initiatives de mobilisation qui renforcent notre raison d'être et notre culture sur tous nos marchés. Ces programmes comprennent :



### Belgique

Le Transformer Leadership Programme et cinq jours de formation garantis par employé et par an.



### Danemark

Des programmes de leadership et de coaching en phase avec le concept d'apprentissage scandinave.



### Pologne

L'académie des gestionnaires MAP TO MANAGE et les sessions Learning Friday de formation par les pairs.



### Suède

L'initiative SchOOI, centrée sur l'IA, les algorithmes et la prise de décision fondée sur des données factuelles.



### Royaume-Uni

Le programme Outshine, qui regroupe des formations en compétences de gestion, techniques et personnelles.

## Notre proposition de valeur aux employés

### Bring You. Shape Us.

La proposition de valeur aux employés de Bauer Media Outdoor, qui s'intitule Bring You. Shape Us, décrit ce à quoi nos collaborateurs peuvent s'attendre en travaillant chez Bauer Media Outdoor et les moyens par lesquels nous entendons les accompagner dans leurs fonctions et leur développement.

Notre proposition de valeur aux employés encourage ces derniers à être fidèles à eux-mêmes, à avoir un esprit d'équipe et à innover. En contrepartie, Bauer Media Outdoor s'engage à offrir :

- Une équipe où on se sent à sa place.
- Des opportunités d'épanouissement et de développement.
- Un espace propice à l'individualité et aux idées.
- Une plateforme pour faire une différence.
- Une entreprise tournée vers l'avenir et dotée d'une culture ouverte et informelle.



# Diversité, équité et inclusion

Bauer Media Outdoor met tout en œuvre pour promouvoir un environnement de travail inclusif où chaque personne se sent respectée, soutenue et à même de s'investir totalement. En tant qu'entreprise de médias présente dans l'espace public et au service de diverses populations, nous reconnaissons l'importance que revêt la constitution d'équipes représentatives d'une diversité des points de vue et des parcours. Bauer Media Outdoor est un employeur garantissant l'égalité des chances et s'engage à favoriser un environnement de travail libre de toute discrimination et de toute forme de harcèlement. Nous valorisons la diversité des idées et des expériences, et estimons que des équipes inclusives se traduisent, pour l'entreprise, par une prise de décision plus éclairée, une collaboration plus solide et des résultats plus durables.

## Recrutement inclusif

Notre approche en matière d'inclusion passe par des pratiques de recrutement axées sur l'égalité des chances. Sur l'ensemble de nos marchés, l'inclusion se manifeste dans les processus de recrutement, les politiques RH et les plans d'action locaux en matière de diversité, d'équité et d'inclusion (DEI), qui s'alignent sur notre cadre européen. Ce choix permet à chaque marché de se concentrer sur ses priorités locales tout en poursuivant des objectifs communs.

Au Royaume-Uni, les efforts de recrutement comprennent des partenariats tels que la Brixton Finishing School, qui favorisent l'accès des personnes issues de milieux sous-représentés aux carrières dans les médias et la publicité.

## Groupes de ressources pour employés

Les groupes de ressources pour employés jouent un rôle important dans le réseautage, dans le travail de sensibilisation et dans le soutien entre collègues dans toute l'entreprise. Ils donnent l'occasion de partager des points de vue, de proposer des idées et de participer à la formulation d'initiatives qui reflètent les réalités de la vie professionnelle, quels que soient les postes et les marchés concernés.



Au Royaume-Uni, six groupes actifs, appelés « Crews » en interne, concentrent leurs efforts sur les femmes et l'égalité des sexes, la communauté LGBTQIA+, les parents travailleurs, la santé mentale, le handicap, ainsi que l'origine ethnique et la religion. Ils proposent toute l'année des programmes qui favorisent l'apprentissage, le dialogue et la création du tissu social.

Le Forum scandinave DEIB (Diversité, Équité, Inclusion et Appartenance), qui s'étend à plusieurs marchés, a piloté des initiatives visant à renforcer l'autonomisation et l'harmonisation culturelle, y compris un événement organisé avec des partenaires externes afin de sensibiliser à l'impact d'une communication inclusive.

« Connect Crew », le groupe belge dédié au DEIB, a mis en place un programme annuel axé sur la communication inclusive, la santé mentale et l'équité.

## Évaluations et feedback

Nous recueillons régulièrement les commentaires de nos employés pour évaluer le degré d'inclusion qui règne réellement sur notre lieu de travail. Notre sondage semestriel auprès du personnel nous donne un aperçu de l'engagement et de l'inclusion chez Bauer Media Outdoor. En 2025 :

- Le taux global d'engagement était de 70 %.
- 83 % des employés se sont déclarés capables d'être eux-mêmes au travail.
- 81 % ont estimé que Bauer Media Outdoor accordait de l'importance à la diversité.
- Notre indice d'inclusion était de 75 %.

Les résultats du sondage sont examinés aux niveaux local et européen et servent de base à l'élaboration de plans d'action, à la définition des priorités en matière de leadership et à la mise en place d'initiatives de formation ciblées, y compris sur la diversité, l'équité et le leadership inclusif.

Des programmes de formation visant à renforcer la sensibilisation, le leadership inclusif et la communication sont proposés sur l'ensemble de nos marchés afin de soutenir notre stratégie en matière de diversité et d'inclusion.

# Voix de salariés, engagement et responsabilisation

Bauer Media Outdoor encourage le dialogue ouvert et la prise de parole des employés dans le cadre de sa volonté de créer un environnement de travail respectueux et responsable. Nous veillons à ce que les employés aient l'occasion de donner leur avis, de faire part de leurs préoccupations et de contribuer à l'amélioration du mode de fonctionnement de l'entreprise.

L'engagement des employés est évalué par le biais de notre sondage semestriel intitulé People Survey - Your Voice. Ses résultats sont analysés tant au niveau local qu'européen et servent de base à l'élaboration de plans d'action, à la définition des priorités de leadership et à la mise en place d'initiatives ciblées.

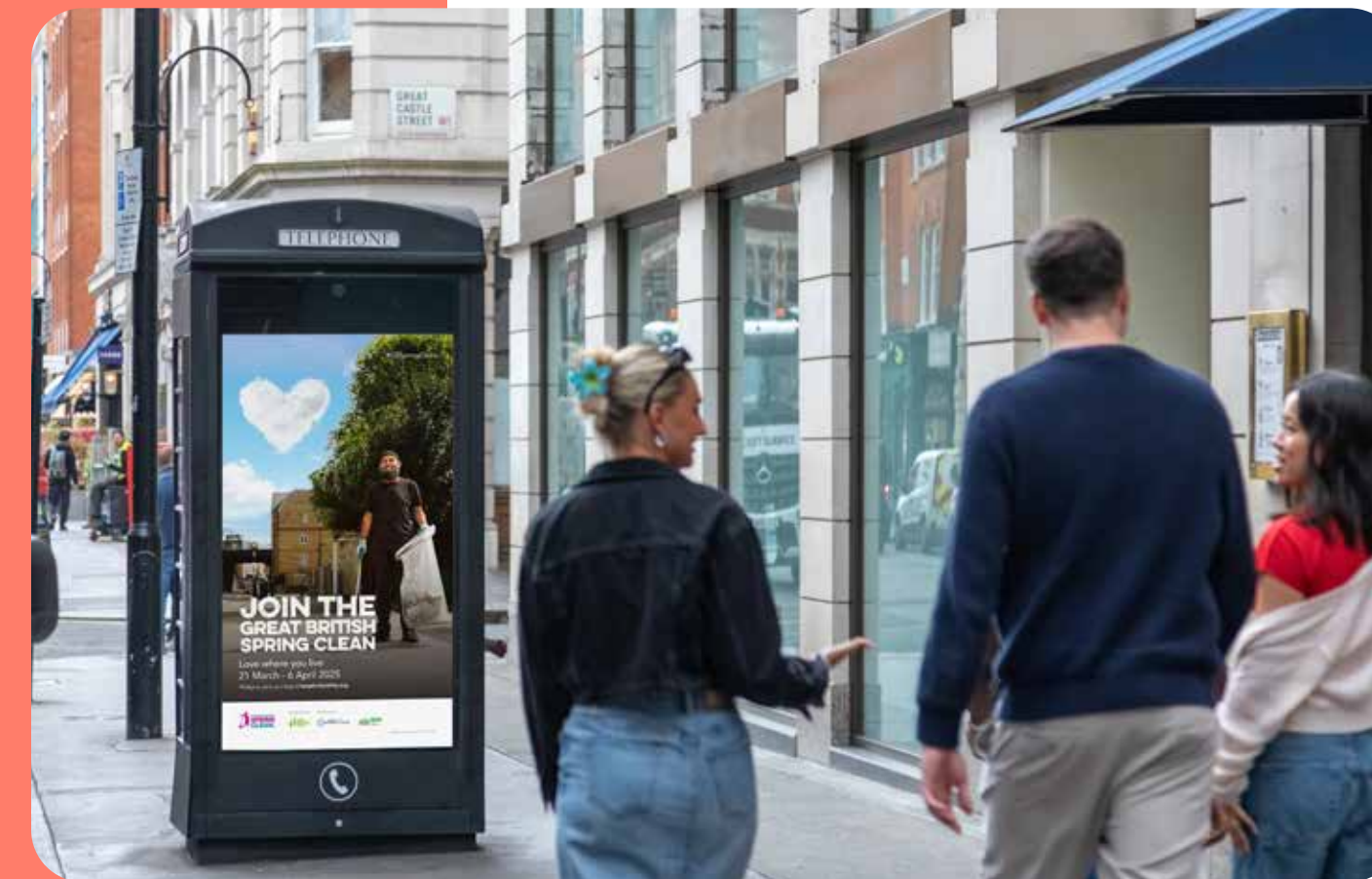
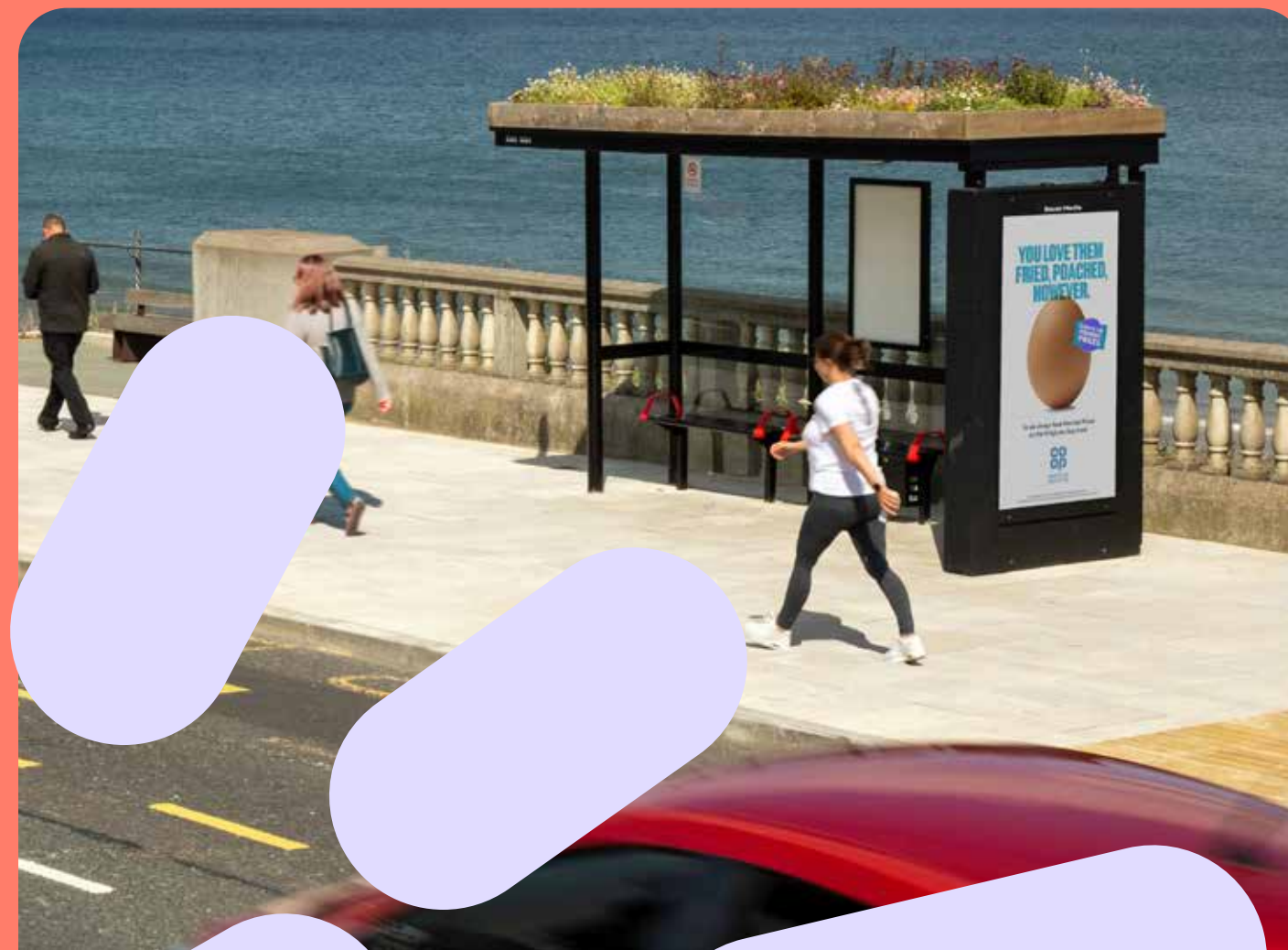
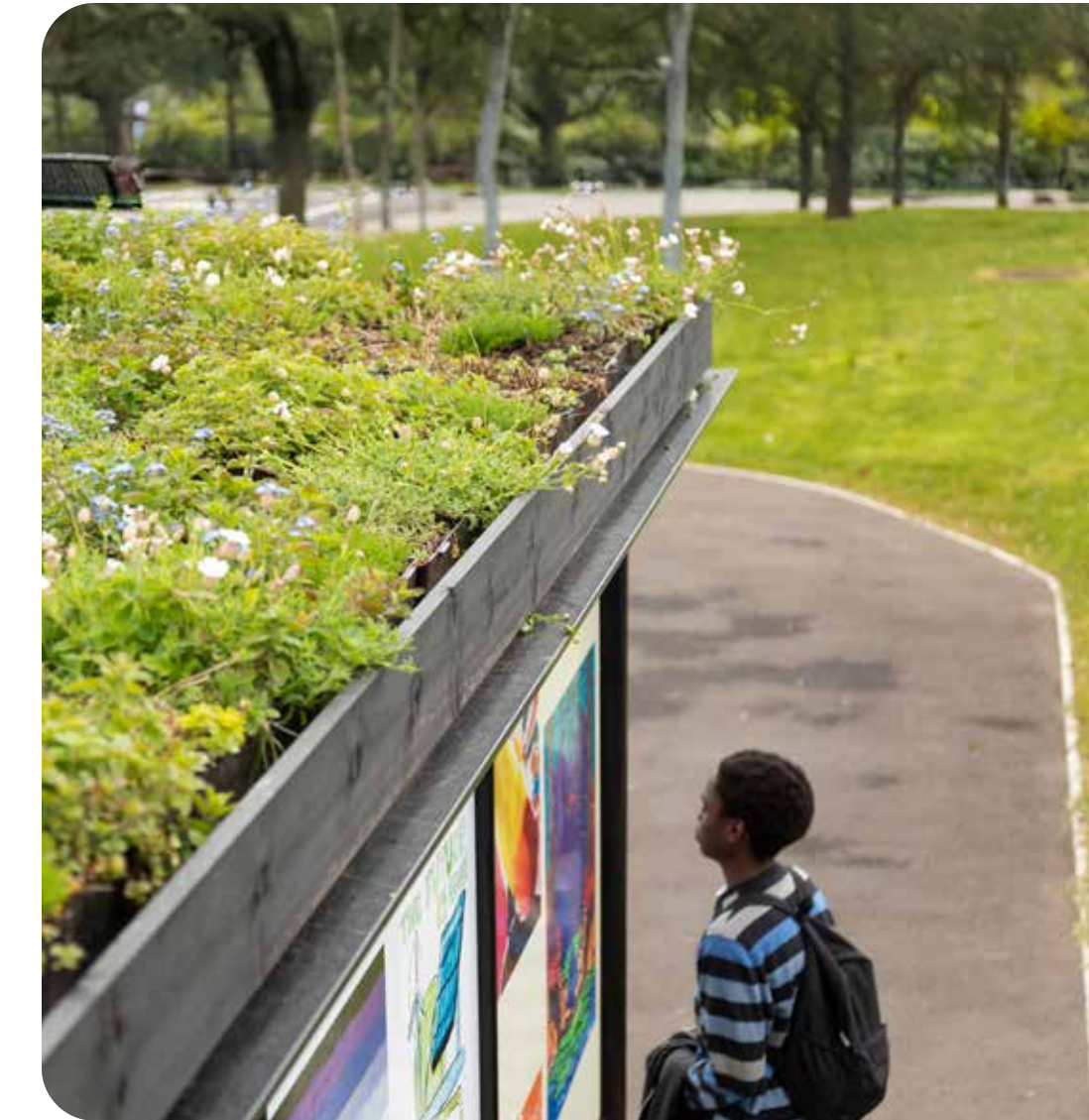
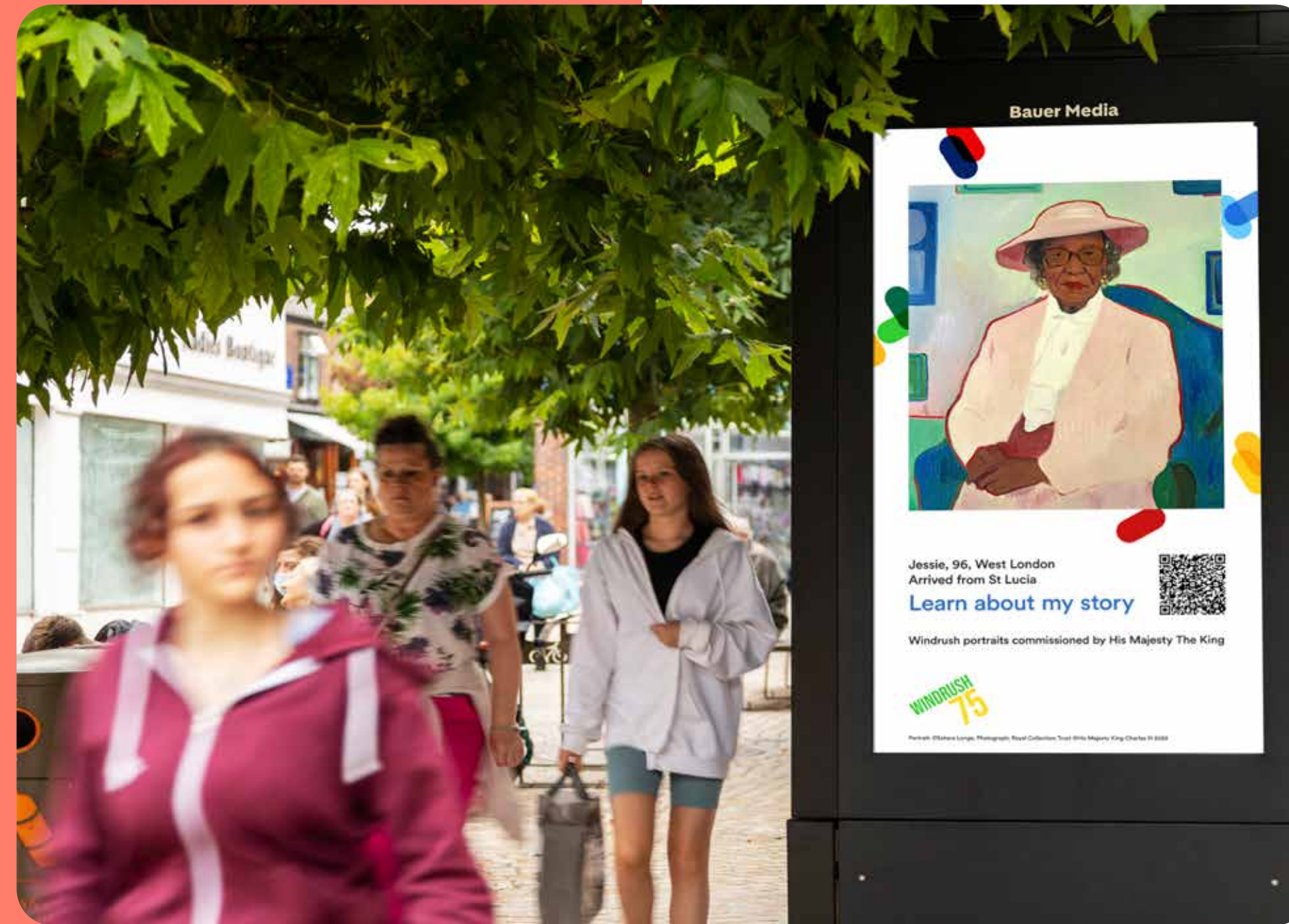
La liberté d'association et de négociation collective est reconnue conformément au droit local applicable et à la politique de Bauer Media Outdoor en matière de droits humains.

Outre le feedback recueilli dans le cadre d'un sondage, des mécanismes formels sont en place pour signaler des préoccupations. Pour en savoir plus sur nos canaux « Speak Up », notre Code de conduite du personnel, nos procédures d'enquête et notre contrôle de la conformité, veuillez vous reporter à la section Notre gouvernance de la page 60.



# Agir en faveur d'un monde meilleur : nos communautés

Chez Bauer Media Outdoor, nous nous engageons à soutenir les communautés dans lesquelles nous opérons. Nous collaborons avec nos annonceurs, nos bailleurs, ainsi qu'avec des associations caritatives et d'autres projets sociaux afin de susciter des changements positifs au sein de la société et de relever les petits et grands défis qui touchent le quotidien des gens.



# L'essentiel: agir pour nos communautés

Bauer Media Outdoor s'efforce de soutenir les communautés où nous opérons grâce à des initiatives qui apportent une valeur sociale, culturelle et d'intérêt général, parallèlement à nos principales infrastructures et à nos services publicitaires. Pour les bailleurs municipaux, cette démarche témoigne de notre engagement à être un partenaire fiable et responsable de l'espace public. Pour les annonceurs, notre approche souligne la manière dont la publicité extérieure peut avoir un impact positif sur les communautés qu'elle atteint.



Notre réseau participe à des campagnes en faveur de la sécurité publique, de la santé et du bien-être grâce à des espaces publicitaires offerts et à des partenariats.

Nous collaborons avec des organismes publics, des associations caritatives et les services d'urgence pour fournir des informations fiables dans les meilleurs délais.

Les messages d'intérêt général aident les autorités à toucher un large public au quotidien et dans les moments difficiles.



Nous collaborons avec des artistes, des groupes culturels et des éducateurs pour rendre l'espace public plus inclusif et plus attrayant.

Les projets créatifs sont le reflet des priorités locales et favorisent un accès plus large à la culture dans la vie urbaine quotidienne.

Les partenariats culturels font progresser l'éducation, la représentation et la mobilité sociale au sein des communautés que nous desservons.



Nous soutenons les communautés locales grâce à des initiatives à valeur sociale mises en œuvre en partenariat avec les autorités locales et celles chargées des transports.

Nos apports en valeur sociale contribuent au financement de projets communautaires en phase avec les priorités locales.

Nos collaborateurs font du bénévolat et collectent des fonds pour les causes qui leur tiennent à cœur.

## Objectifs de Développement Durable



## Notre approche axée sur une plateforme pour le bien

Chez Bauer Media Outdoor, nous mesurons le rôle que nous jouons au sein de la société. Nous savons que notre présence dans l'espace public s'accompagne d'une responsabilité qui consiste à contribuer de manière positive aux communautés que nous servons. En tant qu'entreprise, nous nous sommes engagés publiquement à être une « Plateforme pour le bien ».

Ainsi, tout en poursuivant nos efforts d'innovation, nous nous projetons au-delà de la simple publicité. Nous réfléchissons à la manière dont notre infrastructure et chacun des contrats que nous gérons peuvent bénéficier au public, protéger l'environnement et promouvoir les bonnes causes défendues par nos organisations partenaires.

### Manifester notre gratitude à l'égard des communautés

La publicité extérieure est un support unique en son genre. Jusqu'à 50 % des revenus générés par ce secteur sont réinvestis dans les économies locales et nationales. Grâce à notre réseau, nous pouvons proposer des infrastructures sociales financées par la publicité tout en soutenant des causes locales et en apportant un appui aux initiatives qui comptent pour nos collaborateurs et les communautés locales où nous sommes présents. Les messages d'intérêt général constituent un axe central de cette approche (voir la partie intitulée Diffuser des messages d'intérêt général à la page 49).

Nous collaborons avec des municipalités, des organismes gouvernementaux, des associations caritatives et d'autres organisations dans le but de faire évoluer les communautés locales de manière positive, notamment en offrant des espaces publicitaires, en finançant et en mettant en œuvre des initiatives à impact social, ainsi qu'à travers le bénévolat et la collecte de fonds.

Nous avons choisi de soutenir des associations caritatives et des causes chères à nos collaborateurs, en phase avec nos efforts en matière de diversité, d'équité et d'inclusion, et favorables aux communautés dans lesquelles nous exerçons nos activités.

Qu'il s'agisse de soutenir des initiatives humanitaires et un mode de vie durable ou de promouvoir diverses formes d'art, l'éducation et les événements culturels, nos collaborations ont vocation à encourager les citoyens et les entreprises à faire des choix constructifs et bénéfiques pour leur communauté.



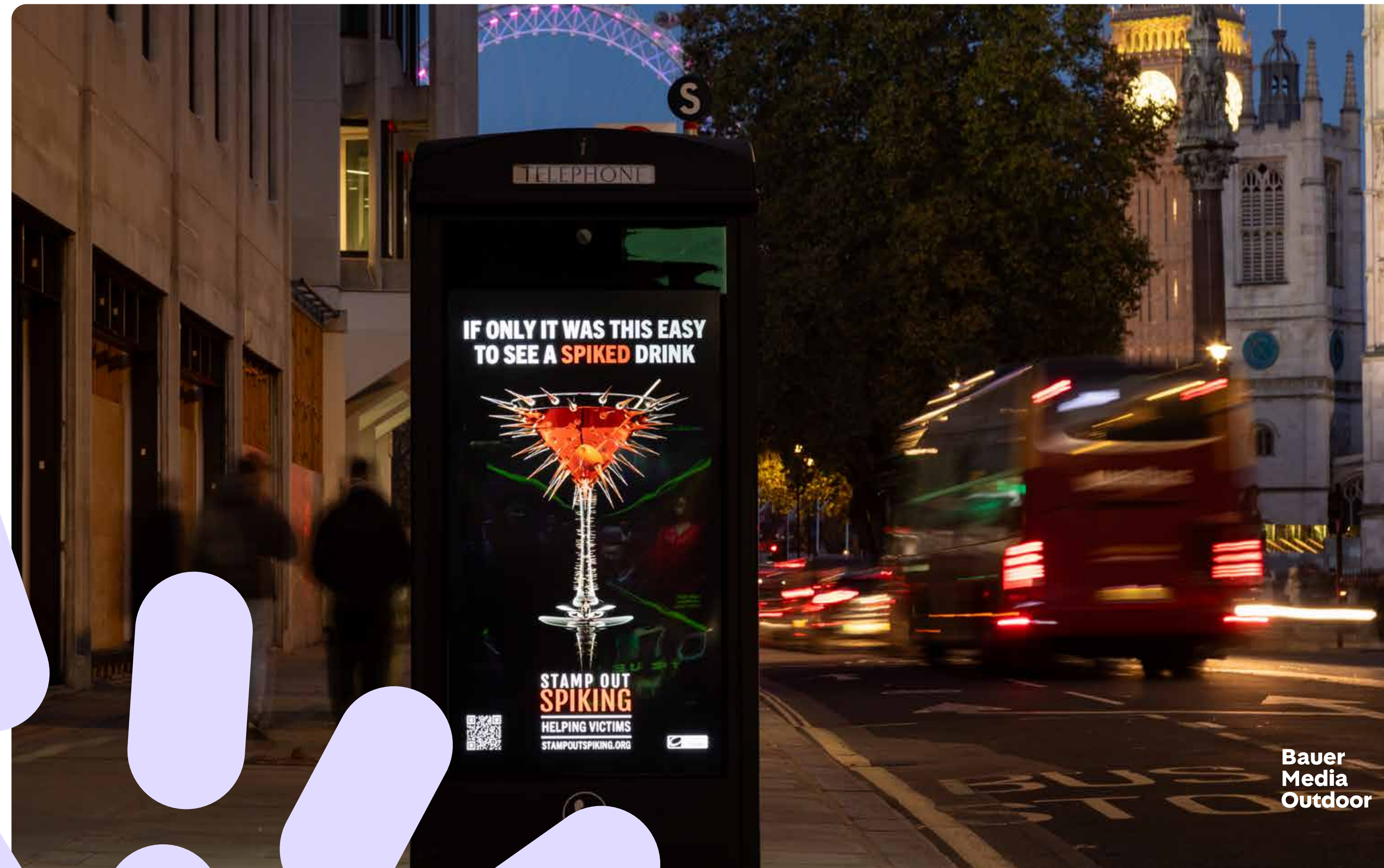
## Diffuser des messages d'intérêt général

Grâce à notre taille et à notre champ d'action, nos écrans numériques peuvent transmettre des informations importantes au public en temps réel, ce qui offre aux villes un canal de communication essentiel pour atteindre leurs citoyens. Bauer Media Outdoor a établi des partenariats avec les services d'urgence de nos différents sites pour que des messages d'urgence soient diffusés en direct en cas de crise.

Notre soutien aux messages d'intérêt général touche à la fois les organisations gouvernementales et non gouvernementales, tant au niveau local que national, qui œuvrent à l'amélioration de la santé et de la sécurité publique. Nous offrons un canal fiable de diffusion d'informations publiques importantes et apportons notre appui aux causes humanitaires.

Parmi les exemples de l'année 2025, nous pouvons citer les cas suivants :

- Bauer Media Outdoor Belgique a offert un espace publicitaire numérique pour soutenir des associations dans des domaines allant des initiatives durables (Climattitude, Natuurpunt et Be Planet) à la santé (Médecins du Monde, Think Pink, la Fondation contre le cancer, l'Organisation mondiale de la santé), en passant par la sécurité (Service intercommunal de sauvetage côtier de Flandre occidentale) et le soutien aux victimes d'attaques terroristes (Together Stronger).
- Bauer Media Outdoor Danemark a fourni un espace médias à des associations caritatives militant pour le bien-être des enfants, notamment Ventilen Denmark (qui accompagne les jeunes en situation d'isolement), Headspace Denmark (association caritative pour la santé mentale) et Ungdommens Røde Kors (Croix-Rouge). Pour en savoir plus sur ces campagnes, veuillez consulter le cas concret de notre unité commerciale au Danemark à la page 56.
- Bauer Media Outdoor Royaume-Uni a apporté son soutien à Stamp Out Spiking (Éradiquer la soumission chimique) pour la deuxième année consécutive afin d'assurer la poursuite de son travail essentiel de sensibilisation à ce crime rarement signalé. Pendant tout l'été, nous avons soutenu la campagne « Keep an Eye on Your Drink » (Garde un œil sur ton verre), qui coïncidait avec une saison riche en événements et festivals durant laquelle les personnes peuvent être davantage exposées à ce risque.
- Bauer Media Outdoor Lituanie a soutenu l'initiative de collecte de fonds de Dronatonas, mise en place par l'ONG Blue/Yellow, en apportant un soutien médiatique à une campagne nationale axée sur le renforcement des capacités de défense et de la sécurité régionale, et en témoignant de sa solidarité à l'égard du peuple ukrainien.





## Un canevas extérieur de créativité

Chez Bauer Media Outdoor, nous métamorphosons régulièrement nos écrans et nos panneaux en salles d'exposition publiques pour œuvres d'art audacieuses et inspirantes. Grâce à des collaborations avec des artistes et diverses organisations locales, nous avons permis à l'art de s'inviter dans nos rues, et ainsi facilité l'accès à la culture tout en offrant aux passants une source d'inspiration créative lors de leurs déplacements. En 2025 :

- Bauer Media Outdoor s'est associée à l'artiste Martin Firrell pour honorer la Journée internationale des femmes, la Marche des fiertés et la Journée internationale des hommes à travers des œuvres d'art remarquables exposées sur plusieurs de nos marchés.
- Bauer Media Outdoor Belgique a poursuivi son partenariat avec Artcrush Gallery et a ainsi utilisé nos supports numériques pour offrir une visibilité aux artistes tant dans les rues que dans les gares. Cette collaboration de longue date aide les artistes locaux et internationaux et montre comment l'art peut se fondre naturellement dans les espaces publics du quotidien et participer par là même au dynamisme du milieu artistique belge.
- Bauer Media Outdoor Royaume-Uni s'est associée à Curiosity UnLtd, une organisation à but non lucratif, pour organiser un concours national d'art marquant le 60e anniversaire de la loi sur les relations raciales. Les dix œuvres lauréates ont été affichées sur les écrans numériques de Bauer Media Outdoor dans tout le Royaume-Uni.



## Éducation et emploi

Nous considérons que chaque équipe est amenée à contribuer au renforcement des communautés dans lesquelles nous évoluons. En ce sens, Bauer Media Outdoor a lancé, sur l'ensemble de nos marchés, les initiatives suivantes :

- Bauer Media Outdoor Pologne a conclu un partenariat avec « Lekcje bez tabu » (des cours sans tabous), un projet éducatif organisé par la SEXEDPL Foundation et le Philanthropic Consortium. Ce programme propose des plans d'enseignement gratuits et prêts à l'emploi destinés aux enseignants, aux éducateurs et aux parents, afin de les aider à présenter de manière claire et factuelle des sujets complexes et sensibles sur la vie humaine.
- Bauer Media Outdoor Royaume-Uni poursuit son soutien de longue date à The King's Trust, une organisation caritative qui aide les jeunes à gagner en confiance, à acquérir de nouvelles compétences et à se lancer dans la vie active. En 2025, nous avons soutenu son initiative « Working for Young People » sur l'ensemble de notre portefeuille numérique. Cette campagne a donné naissance à un programme quinquennal visant à mettre en lumière l'ampleur du chômage des jeunes au Royaume-Uni, à un moment où près d'un million de jeunes du pays sont officiellement sans emploi.
- Bauer Media Outdoor Royaume-Uni a maintenu son partenariat avec la Brixton Finishing School, qui aide les jeunes talents issus de la diversité à faire leurs premiers pas dans les médias et la publicité. Bauer Media Outdoor Royaume-Uni a fait don d'espaces publicitaires pour promouvoir des cours de formation gratuits et a accueilli les étudiants de la Brixton Finishing School pour leur offrir des sessions éducatives.
- Bauer Media Outdoor Belgique est devenue un partenaire de WPP pour favoriser la création d'emplois destinés à des talents issus de divers groupes ethniques. Cette collaboration vise à encourager l'égalité des chances, à sensibiliser le public et à renforcer l'inclusion dans l'ensemble du secteur.
- Le partenariat qui unit Bauer Media Outdoor Royaume-Uni à Media for All a notamment permis de venir en aide aux talents issus des communautés noires, asiatiques et non blanches au sein de notre secteur. Ce partenariat incite les collaborateurs de Bauer Media Outdoor appartenant à des minorités ethniques à devenir des parrains, des personnes accompagnées et, à terme, des modèles pour les talents issus de la diversité dans notre secteur.
- Bauer Media Outdoor Royaume-Uni a collaboré avec Central Saint Martins, l'université d'art public de renommée mondiale, offrant ainsi à ses étudiants en design de produits l'occasion de plancher sur un projet concret : repenser le mobilier urbain de tous les jours pour faire face aux réalités du changement climatique.
- Bauer Media Outdoor Lettonie a rejoint l'initiative sociale « Time to Read ». Cette initiative encourage les gens à consacrer un moment de leur quotidien à la lecture et vise à inciter la société à reprendre et à renforcer ses habitudes de lecture. La campagne continue d'être mise en avant pendant les week-ends et les vacances scolaires.



# Promouvoir la diversité, l'équité et l'inclusion sur tous nos marchés

Nous soutenons les initiatives en faveur de la diversité et de l'inclusion menées par nos partenaires commerciaux, les associations caritatives et les organisations locales par le biais de campagnes relayées sur nos écrans, en tirant parti de notre notoriété pour donner une voix et une visibilité à diverses communautés. Notre démarche en faveur de la diversité, de l'équité et de l'inclusion couvre un large éventail de domaines exposés ci-dessous.

## Égalité LGBTQIA+

- Nous nous sommes associés à l'artiste de rue Martin Firrell pour lancer sa série d'œuvres intitulée « Glad You Came » à l'occasion de la saison européenne des marches des fiertés. Ces œuvres ont été présentées lors d'événements de ces marches organisés notamment à Amsterdam, Anvers, Brighton, Copenhague, Dublin, Helsinki, Londres, Manchester, Oslo, Riga, Stockholm et Utrecht.
- En 2025, Bauer Media Outdoor a poursuivi son partenariat avec les marches des fiertés de Copenhague, Göteborg, Oslo, Stockholm et Riga.

## Égalité entre les sexes

- Bauer Media Outdoor Royaume-Uni demeure attachée au respect des normes du code de conduite #timeTo, rédigé par la National Advertising Benevolent Society, qui vise à lutter contre le harcèlement sexuel par un travail de sensibilisation et d'éducation. Ce code est régulièrement cité et mis à la disposition de tous les employés via le portail Employee Hub.
- Bauer Media Outdoor Pologne a réalisé une campagne de promotion en faveur de la fondation SEXED.PL IT Girls et

de l'agence Brain, avec le soutien d'Uber. HomeGirl est une application gratuite créée par des femmes, pour les femmes et développée pour renforcer le sentiment de sécurité dans les espaces publics, notamment lors des trajets de fin de soirée pour regagner leur domicile après une sortie. L'application permet aux utilisatrices d'appeler une autre utilisatrice, d'échanger des messages, de signaler des situations d'urgence et de marquer des lieux dangereux sur une carte. Au cours de la semaine où cette campagne a été diffusée sur les écrans de Bauer Media Outdoor Pologne, l'application a été téléchargée plus de 6 000 fois.

- Bauer Media Outdoor Pologne s'est associée pour une troisième année consécutive au projet « Herstory » en collaboration avec Hearst Networks EMEA. Cette initiative met à l'honneur des femmes polonaises exceptionnelles et leur influence sur l'histoire en alliant art, histoire et engagement social. En 2025, cette campagne a été diffusée sur plusieurs emplacements stratégiques de Varsovie.

## Égalité entre les races

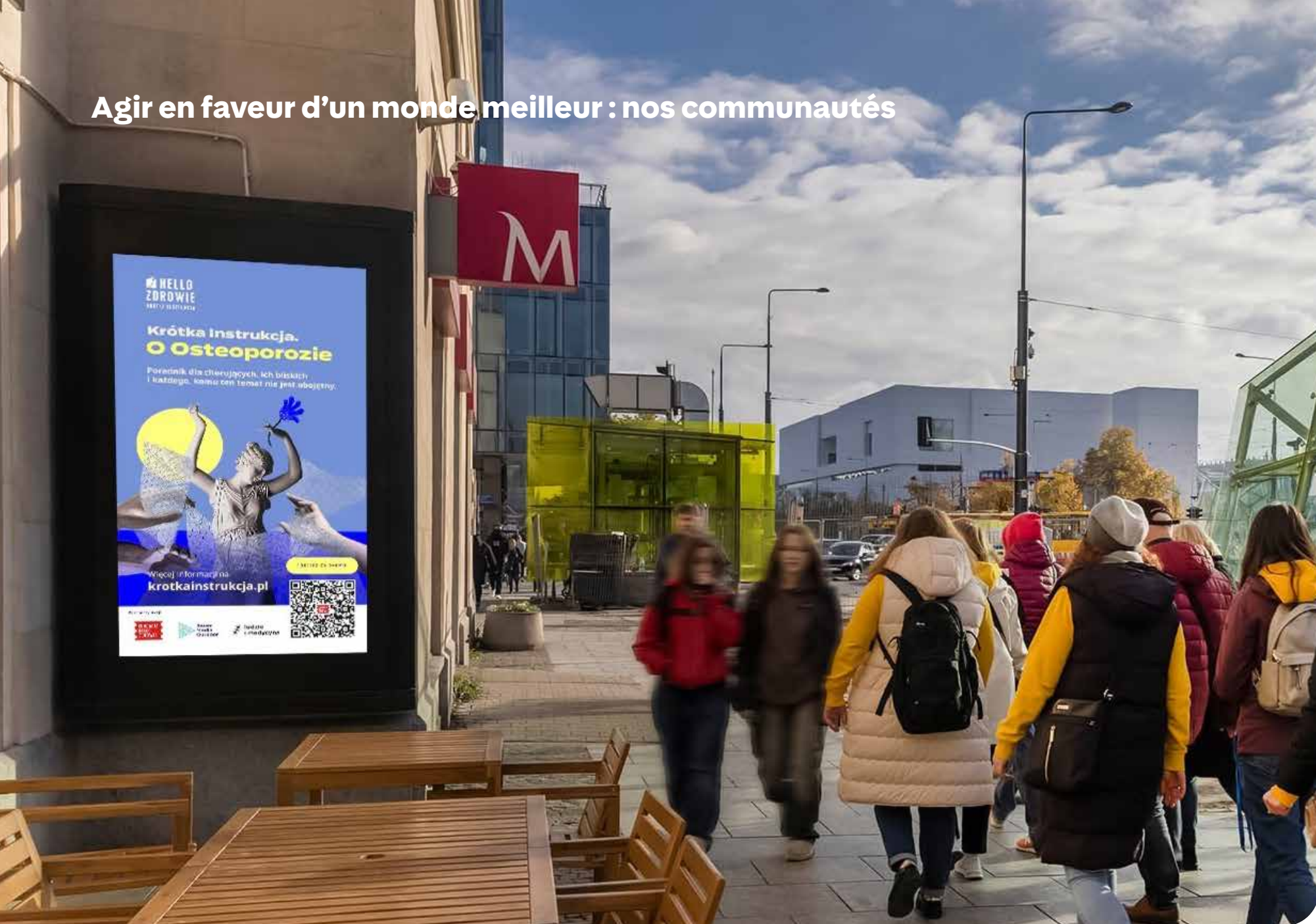
- Bauer Media Outdoor UK a établi un partenariat avec l'African Caribbean Leukaemia Trust (ACLT) pour encourager les membres de la communauté afro-caribéenne à donner du sang et à s'inscrire sur le registre des donneurs de cellules souches, de sang et d'organes. Leur formidable campagne, intitulée « Sickle Cell is a Silent Crisis » (la drépanocytose est une crise silencieuse) et visible sur nos écrans numériques OOH, a donné d'excellents résultats : elle a généré 825 pages vues, soit une augmentation de 129 % des visites sur la page d'accueil, et 100 clics pour donner du sang. Il convient de noter que 66 % des personnes ayant cliqué sur le lien ne connaissaient pas l'association, ce qui a permis à l'ACLT de toucher un public plus large et de renforcer l'engagement communautaire.
- Bauer Media Outdoor Royaume-Uni a poursuivi son programme « Compass », qui soutient les entreprises détenues par des membres de la communauté noire en leur offrant gratuitement des espaces publicitaires extérieurs. En 2025, le montant total des prix est passé à 250 000 livres sterling et il a été annoncé cinq gagnants (First Rate Tutors, Blue Turaco Coffee, Yendy Skin, Flake Bake et Revibed Drinks), dont les campagnes doivent être



diffusées en 2026. L'entreprise a également organisé, pendant le Mois de l'histoire des Noirs 2025, un événement de réseautage gratuit pour les créateurs d'entreprises noirs et censé faciliter les rencontres entre chefs d'entreprise et experts.

## Handicap, neurodiversité et accessibilité

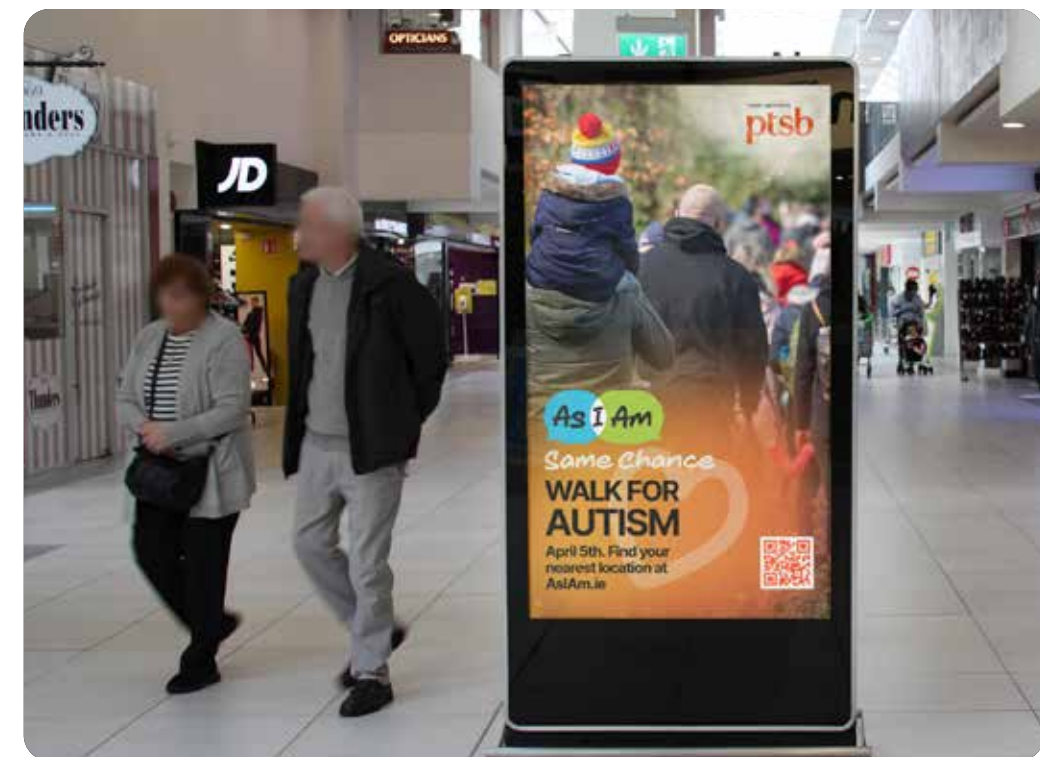
- En septembre 2025, Bauer Media Outdoor Suède a organisé, pour son personnel, un atelier animé par All of Us, une organisation suédoise de premier plan qui s'efforce d'encourager la diversité et l'inclusion dans le monde des affaires et les secteurs créatifs. All of Us a partagé les enseignements tirés de son expérience du changement et a présenté son nouveau guide sur le langage inclusif, qui fournit des outils pratiques pour une communication plus attentive et inclusive.
- Bauer Media Outdoor Royaume-Uni a poursuivi son partenariat avec Scope, une association caritative pour l'inclusion des personnes handicapées, en collaborant avec elle sur le développement de nouveaux produits visant à rendre les infrastructures des abribus plus accessibles, tout en la soutenant par la mise à disposition d'espaces publicitaires gratuits.



## Faire progresser la santé publique et le bien-être psychologique

L'appui externe que nous accordons à nos partenaires, à des associations caritatives et à des organisations à but non lucratif s'est élargi au domaine de la santé et du bien-être pour englober la santé physique et mentale de la manière suivante :

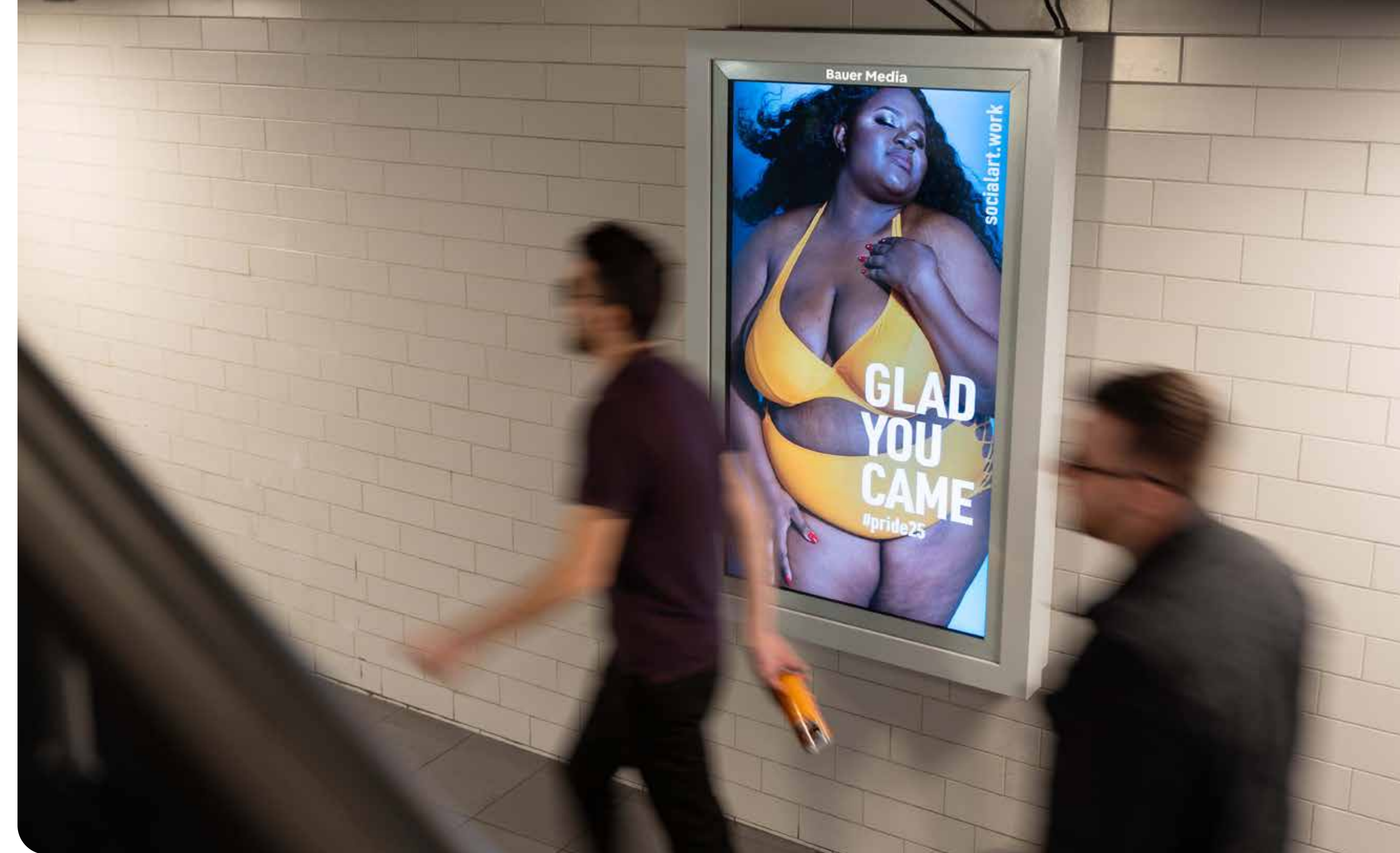
- Bauer Media Outdoor Pologne appuie le guide pédagogique « Petit guide : tout savoir sur l'ostéoporose », créé par l'équipe de la Fondation Hello Zdrowie en collaboration avec des professionnels de santé. Ce guide est une ressource pédagogique disponible gratuitement en ligne, accessible à tous, et dont l'objectif est de sensibiliser le public ainsi que de favoriser la prévention de l'ostéoporose et l'éducation à la santé.
- Bauer Media Outdoor Royaume-Uni a soutenu un certain nombre d'associations caritatives dédiées à la santé, notamment Epilepsy Action, le Great Ormond Street Hospital, la MS Society, le Royal Free, Teenage Cancer et Prostate Cancer.
- Bauer Media Outdoor Lettonie a prêté main-forte au mouvement Narcotics Anonymous en mettant à disposition des supports publicitaires extérieurs pour sensibiliser les personnes souffrant d'une dépendance à la drogue ou à l'alcool et en faisant connaître les moyens qui permettent de bénéficier d'une aide au niveau local.
- Bauer Media Outdoor Finland a adhéré à la campagne de The Ronald McDonald House pour souligner l'importance de la présence des parents auprès des enfants hospitalisés. Les écrans numériques réagissaient à la présence des passants, ce qui rendait le message émouvant et accessible. La campagne a suscité un vif intérêt auprès du public : les interactions ont plus que doublé et les dons ont été multipliés par 3,7 par rapport aux niveaux habituels.
- Bauer Media Outdoor Norvège a offert un espace publicitaire à l'occasion de la Journée mondiale de la santé mentale pour placer ce sujet sur le devant de la scène, lutter contre la stigmatisation, favoriser l'ouverture d'esprit et promouvoir l'inclusion.
- Bauer Media Outdoor Irlande a reconduit ses partenariats en mettant à disposition des espaces publicitaires et en utilisant les écrans d'information qu'elle a installés dans les rues pour offrir une assistance publicitaire et afficher des liens vers les sites web d'associations caritatives. Les organismes soutenus ont inclus, notamment, l'association AS I AM, qui vient en aide aux personnes autistes, Women's Aid, le Rape Crisis Centre, Ruhama, les Samaritains et le Men's Development Network. Bauer Media Outdoor Irlande poursuivra son partenariat avec les Special Olympics en 2025 et ce, pour la 22e année consécutive.
- Bauer Media Outdoor Estonie a continué à soutenir la campagne « Help to Start Life » aux côtés de la Maternity Hospitals Foundation afin de collecter des fonds destinés à l'achat d'équipements médicaux indispensables aux nouveau-nés.
- En 2025, Bauer Media Outdoor Norvège a gracieusement fourni des espaces publicitaires à « Barnekreftforeningen » (l'Association contre le cancer chez les enfants), une organisation indépendante dirigée par des parents d'enfants atteints d'un cancer et venant en aide à d'autres familles touchées par cette maladie.



## Générer une valeur sociale et des avantages collectifs

Dans le cadre de ses engagements contractuels auprès des autorités locales et de celles chargées des transports, Bauer Media Outdoor apporte une valeur sociale qui se manifeste, d'une manière illustrée ci-dessous, par des projets communautaires concrets, le financement d'initiatives locales et la mise à disposition d'espaces publicitaires pour la diffusion de messages d'intérêt général :

- Bauer Media Outdoor Belgique a placé des affiches communautaires à Etterbeek, Schaerbeek et Seraing pour promouvoir des initiatives telles que la Journée mondiale du nettoyage, Viva for Life, ainsi que des événements culturels et des festivals locaux.
- Bauer Media Outdoor Estonie a apporté son soutien aux initiatives de défense nationale et a été désignée partenaire de niveau Or pour la campagne 2025 visant à valoriser l'armée de réserve.
- Bauer Media Outdoor Norvège fait appel à une entreprise locale à vocation sociale pour assurer la maintenance à Haugesund et affiche des messages publics sur des panneaux à Bodø, Oslo, Tromsø et Trondheim.
- Bauer Media Outdoor Royaume-Uni a poursuivi son partenariat avec Trees for Cities pour aménager des aires de jeux comestibles dans des écoles primaires de tout le Royaume-Uni, ce qui aide les enfants à redécouvrir la nature et à adopter des habitudes alimentaires plus saines.
- Bauer Media Outdoor Royaume-Uni a commencé à déployer, en partenariat avec Resuscitation Council UK, une nouvelle génération de kiosques téléphoniques équipés de défibrillateurs susceptibles de sauver des vies.



## Engagement bénévole des employés

Sur tous ses marchés, Bauer Media Outdoor encourage ses collaborateurs à apporter une aide concrète à leur communauté par le bénévolat, les collectes de fonds et d'autres initiatives menées par les employés. Il peut être cité les exemples suivants :

- Les équipes de Bauer Media Outdoor Royaume-Uni ont participé aux activités annuelles du Great British Spring Clean : plus de 400 collaborateurs, clients et amis ont pris part à 33 actions de nettoyage dans des parcs et des espaces verts, remplissant ainsi 396 sacs de déchets. À ce jour, l'édition 2025 a ainsi marqué la plus forte participation de l'équipe britannique.
- Chaque année à Noël, Bauer Media Outdoor Royaume-Uni soutient une association caritative différente. En 2025, l'heureuse élue a été Cash for Kids, ce qui a prolongé sa relation de longue date avec la division Audio du Bauer Media Group. Cash for Kids vient en aide aux enfants et jeunes défavorisés touchés par la pauvreté, souffrant d'une maladie ou de négligence ou ayant d'autres besoins (voir le cas concret présenté à la page 5 sur Cash for Kids).

## Valeurs sociales au sein de notre chaîne d'approvisionnement

Bauer Media Outdoor collabore avec des fournisseurs et des partenaires commerciaux tenus d'agir dans le respect de nos valeurs et de notre engagement en faveur de pratiques commerciales responsables. Ces attentes existent sur tous les marchés et illustrent les normes que nous appliquons au sein de nos propres activités.

Les attentes que nous avons à l'égard de nos fournisseurs figurent dans le Code de conduite des fournisseurs de Bauer Media Outdoor, qui s'applique aux principaux fournisseurs et qui fait partie intégrante des processus d'approvisionnement, des accords-cadres et des dispositions contractuelles (voir, à la page 65, la partie intitulée Approvisionnement, diligence raisonnable et gouvernance de la chaîne d'approvisionnement dans nos relations avec les tiers). Ce code aborde les droits humains, les normes du travail, la conduite éthique, la responsabilité environnementale et le respect des lois applicables.

Ces exigences vont dans le sens de la politique de Bauer Media Outdoor en matière de droits humains, et également de nos politiques relatives à la cybersécurité et à la protection de la vie privée, aux conflits d'intérêts, aux finances, à la lutte contre la corruption, aux sanctions et à l'environnement, qui sont décrites dans d'autres parties du présent rapport ESG. Ensemble, ces politiques sont pensées pour renforcer les attentes pesant sur les fournisseurs et pour atténuer les risques de pratiques contraires à l'éthique ou illégales au sein de notre chaîne d'approvisionnement.

Le cas échéant et dans la mesure du possible, nos accords-cadres internationaux stipulent des dispositions obligeant les fournisseurs à respecter la législation applicable en matière de droits humains et de droit du travail. Bauer Media Outdoor demeure par ailleurs à même d'évaluer les conditions de travail au sein de sa chaîne d'approvisionnement à travers un ensemble de mesures comprenant la diligence raisonnable vis-à-vis des fournisseurs, des évaluations des risques et des audits et, lorsque des problèmes sont relevés, de prendre les mesures appropriées. Cette intervention peut inclure un signalement à un niveau hiérarchique supérieur, des mesures correctives ou, si nécessaire, la rupture des relations commerciales en cas de manquement grave.

Chacune des unités commerciales de Bauer Media Outdoor est tenue de procéder à des audits proportionnés du risque lié aux droits humains, à des évaluations de diligence raisonnable et à des enquêtes, le cas échéant avec l'appui des structures centrales de gouvernance, afin d'atténuer le risque de participation à des violations des droits humains au sein de nos chaînes d'approvisionnement et de nos environnements de travail (voir, à la page 62, la partie intitulée Cadre de gouvernance de Bauer Media Outdoor). Cette approche vise à garantir l'efficacité des contrôles tout en tenant compte de la diversité de nos marchés et de nos chaînes d'approvisionnement.

## Notre politique et nos procédures en matière de droits humains

Bauer Media Outdoor s'engage à respecter et à promouvoir, dans l'ensemble de son portefeuille, les droits humains reconnus au niveau mondial et des pratiques commerciales durables.

Nous mettons tout en œuvre pour protéger les droits des travailleurs et des communautés où nous opérons. À l'aide de la politique de Bauer Media Outdoor en matière de droits humains, nous avons pour objectif de réduire le risque de participation involontaire à des violations des droits humains et de promouvoir le traitement responsable et respectueux des employés et des partenaires commerciaux, conformément aux normes internationales, notamment aux conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail. Cette politique aborde également la liberté d'association et la négociation collective, conformément à la législation locale applicable.

La politique de Bauer Media Outdoor en matière de droits humains présente l'approche que nous avons retenue pour repérer et gérer les risques associés aux droits humains. Une fois par an, tous les employés suivent la formation sur le code de conduite du personnel de Bauer Media Group, qui leur permet de mieux comprendre les protections liées au travail et les responsabilités en matière de droits humains, et qui complète les programmes de formation pertinents organisés par le service des ressources humaines.

Nous communiquons notre approche en matière de droits humains dans la chaîne d'approvisionnement à l'aide des déclarations annuelles de Bauer Media Outdoor sur la chaîne d'approvisionnement éthique et l'esclavage moderne, et du code de conduite des fournisseurs de Bauer Media Outdoor.

Nous soumettons les fournisseurs à des mesures appropriées de diligence raisonnable en matière de droits humains et, le cas échéant, nous ajoutons des clauses relatives aux droits humains dans nos contrats. Bauer Media Outdoor s'efforce de se tenir à l'écart des fournisseurs prenant part à des violations des droits humains, notamment le travail des enfants, le travail forcé ou la traite d'êtres humains, grâce à la mise en œuvre de processus de diligence raisonnable et au contrôle des contrats (voir la partie intitulée Valeurs sociales dans notre chaîne d'approvisionnement, à la page 55). Les risques liés aux droits humains au sein de la chaîne d'approvisionnement sont examinés dans le cadre de mesures de gouvernance et de contrôle mises en place.

# Cas concret : Bauer Media Outdoor Danemark

## Une plateforme pour le bien – un média essentiel

Chez Bauer Media Outdoor Danemark, nous estimons que notre plateforme de médias doit dépasser les intérêts commerciaux : elle doit être utile à la société. Grâce à notre Plateforme pour le bien, nous mettons à profit l'espace public pour soutenir les groupes vulnérables, promouvoir la santé mentale et favoriser l'inclusion au sein des communautés locales pour lesquelles nous œuvrons.

Nous priorisons l'appui accordé aux jeunes qui font face à des difficultés de santé mentale, à la solitude ou à l'exclusion sociale. En collaboration avec de grandes organisations pour la jeunesse, nous utilisons notre visibilité pour relayer des messages importants.

# Headspace Denmark : un nouveau partenariat pour la santé mentale des jeunes

En 2025, Bauer Media Outdoor a conclu un nouveau partenariat avec Headspace Denmark, un organisme qui offre gratuitement et en toute confidentialité une aide psychologique aux jeunes de 12 à 25 ans.

Le concept de Headspace est axé sur un accès simplifié, un suivi psychologique assuré par des bénévoles et l'intime conviction que chaque jeune est maître de sa vie. Ses centres offrent des espaces accueillants qui sont propices à la réflexion, au dialogue et aux échanges, sans orientation vers d'autres services, sans liste d'attente et sans frais.

## #SlukSammen : une campagne pour tous en faveur du lien social

Notre première initiative commune a été la campagne nationale **#SlukSammen** (« **Se déconnecter ensemble** »), qui encourageait les Danois de tous âges à éteindre leurs écrans le dimanche 21 septembre et à passer du temps les uns avec les autres. Le message était clair : « **Éteignez vos écrans et ouvrez le dialogue** ».

Les participants ont fait part de leurs balades autour des lacs de Copenhague, des livres lus, des plats préparés ensemble, des jeux de société et des moments passés avec leurs proches. La campagne a invité chaque personne à faire le point sur ses habitudes numériques et à redécouvrir la valeur des moments sans écrans. Au terme de cette campagne, l'analyse réalisée par Headspace et Bauer Media Outdoor Denmark a révélé les éléments suivants :

- Nous avons facilité la diffusion de ce message dans le paysage urbain, notamment dans le métro de Copenhague, où nos supports ont permis à des milliers de voyageurs de découvrir cette campagne.
- 1,7 million de Danois ont vu cette campagne, dont 57 % des jeunes âgés de 15 à 19 ans.

- 84 % des personnes qui ont vu cette campagne se sont interrogées sur le temps qu'elles passent sur leurs écrans, 26 % d'entre elles ayant déclaré avoir modifié leur comportement, par exemple en rangeant leur téléphone ou en l'éteignant pour la journée, et 10 % ayant déclaré avoir purement et simplement éteint leur téléphone pendant 24 heures.
- Cette campagne a enregistré 4,56 millions de vues sur l'ensemble des réseaux sociaux.



## Cas concret : Bauer Media Outdoor Danemark

Pour donner le coup d'envoi de ce partenariat, nous avons accueilli dans nos locaux Poul Nyrup Rasmussen, qui est le fondateur et le parrain de Headspace Danemark. En tant qu'ancien Premier ministre du Danemark et défenseur de longue date de la santé mentale des jeunes, sa visite a été à la fois une source d'inspiration et un rappel à la réalité. Il s'est exprimé avec passion sur la mission de Headspace : faire en sorte qu'aucun jeune ne soit seul face aux défis de la vie.

Bauer Media Outdoor s'engage à apporter un soutien continu à Headspace Denmark par de futures campagnes, le partage de témoignages et une meilleure visibilité. Ensemble, nous souhaitons sensibiliser le public, lutter contre la stigmatisation et encourager les jeunes à se faire aider.

*« Nous sommes fiers d'apporter notre soutien à la campagne **#SlukSammen**. Sur nos écrans présents dans 24 communes, dans les centres commerciaux, dans le métro et à l'aéroport de Copenhague, les Danois reçoivent un message les invitant à éteindre leur téléphone et à engager le dialogue. Le fait d'avoir recours à des écrans pour faire passer ce message peut sembler paradoxal, mais cela ne fait que souligner un point important : les écrans ne sont utiles que lorsque nous les utilisons avec discernement.*

*Notre collaboration avec Headspace cadre parfaitement avec notre stratégie de durabilité sociale, et nous espérons que cette campagne incitera les Danois à se déconnecter ensemble le 21 septembre ».*

**Karsten Rask, PDG de Bauer Media Outdoor Danemark**



## Ventilen : lutter contre la solitude des jeunes

Ventilen Denmark agit contre la solitude chez les jeunes âgés de 15 à 30 ans en créant des communautés accueillantes et animées par des bénévoles dans tout le Danemark. Avec plus de 25 antennes locales, Ventilen propose des activités de groupe structurées qui aident les jeunes à se sentir socialement plus à l'aise et à nouer des relations de qualité.

Nous sommes fiers de poursuivre notre collaboration avec Ventilen, dont la mission se rapproche étroitement de nos valeurs et de notre stratégie « Plateforme pour le bien ».

### Sammen i Biografen : créer des moments sécurisants et ayant un sens

L'une des initiatives les plus précieuses que nous menons avec Ventilen est « Sammen i Biografen » (Ensemble au cinéma), un concept développé par Bauer Media Outdoor pour offrir des expériences sécurisantes et enrichissantes aux jeunes qui se sentent seuls.

En collaboration avec Nordisk Film Biografer, nous avons invité des jeunes du réseau Ventilen à participer à un événement exceptionnel dans un cinéma de Copenhague. L'objectif était de leur offrir un espace accueillant où ils pourraient tisser des liens, se détendre et partager un moment de convivialité, sans pression ni attentes.

Nous avons lancé cette campagne sur tous les supports médias dont nous disposons dans les municipalités, les centres commerciaux, ainsi qu'à l'aéroport de Copenhague et dans le métro. Cette initiative a été bien accueillie et a suscité des échanges constructifs sur la solitude et l'inclusion.

Nous avons également été ravis d'accueillir Ventilen dans nos locaux, pour discuter des prochaines étapes de notre collaboration. Nous avons hâte de poursuivre le développement de ce concept et de créer ensemble des moments encore plus forts.

## Ungdommens Røde Kors : l'inclusion par l'action

Ungdommens Røde Kors (URK) est au Danemark la plus importante organisation humanitaire pour la jeunesse ; elle mobilise des milliers de jeunes bénévoles afin de venir en aide aux enfants et aux jeunes en situation précaire. Ses activités comprennent, dans tout le pays, un parrainage, des cafés d'aide aux devoirs, des clubs de jeunes et des programmes d'accompagnement social.

La stratégie 2030 que l'URK vient d'adopter met l'accent sur l'inclusion, sert de caisse de résonance aux voix qui ne sont pas entendues et renforce un mouvement de jeunesse solide et durable. Son action repose sur les principes de la Croix-Rouge que sont l'humanité, l'impartialité, la neutralité et le travail bénévole.

Bauer Media Outdoor Danmark collabore avec l'URK pour soutenir des initiatives qui créent des espaces sûrs et des opportunités pour les jeunes. Nos supports de médias contribuent à la visibilité de leur travail, encouragent l'engagement et favorisent la cohésion sociale.

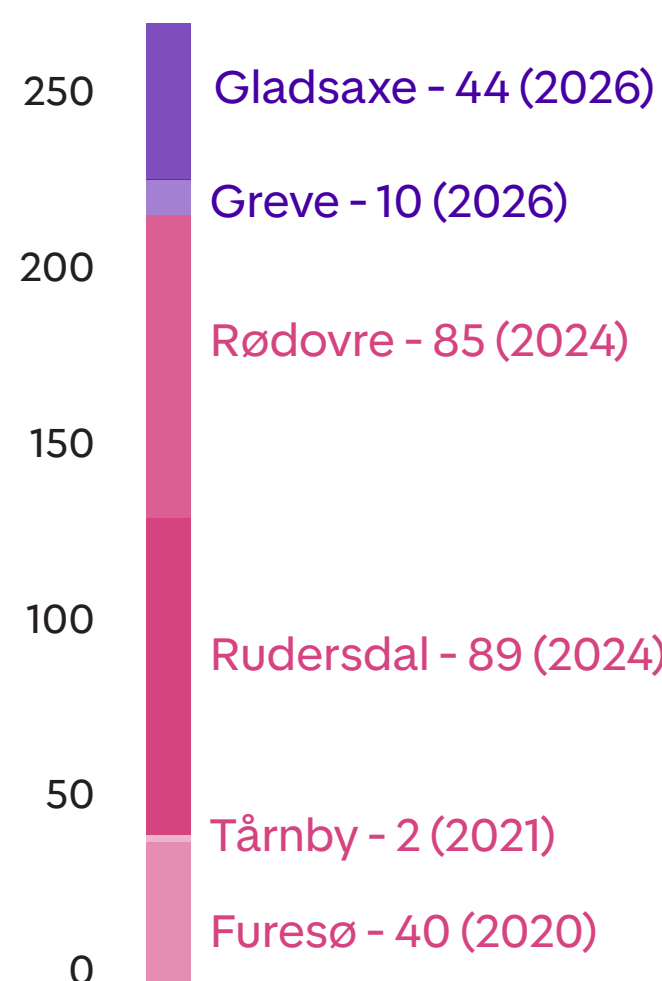


# Progrès environnemental

Le chemin parcouru par Bauer Media Outdoor Danmark vers la durabilité est le reflet de notre engagement en faveur de pratiques commerciales responsables dans toutes nos opérations. Au service d'une grande partie du public danois, nous nous efforçons de suivre des processus respectueux de l'environnement avant, pendant et après les campagnes, tout en fixant des objectifs pour des projets et des partenariats qui contribuent à la protection de l'environnement, au bien-être social et à la sécurité de toute la société.

## Toits végétalisés

Depuis leur lancement en 2018, les poses de toits végétalisés se sont multipliées à travers le Danemark, et des contrats ont déjà prévu de nouveaux chantiers en 2026.

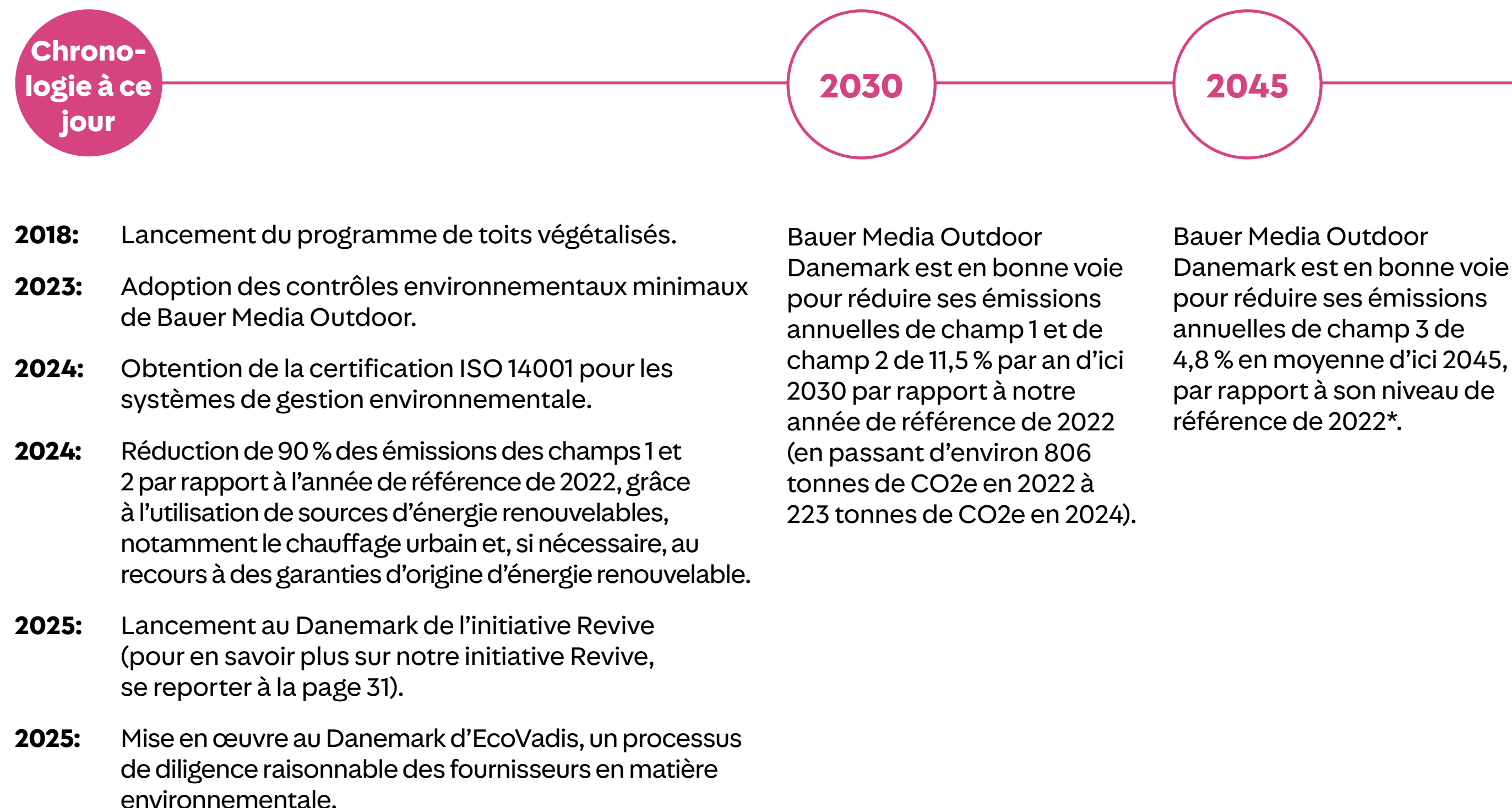


## Points importants

- Une électricité renouvelable à 100 % sur l'ensemble des opérations.
- Le papier utilisé pour les campagnes est certifié par le label écologique Nordic Swan et produit à l'usine de papier de Grycksbo.
- Des toits végétalisés ont été mis en place et conçus pour favoriser la biodiversité, la rétention d'eau et l'efficacité énergétique.
- Des pratiques de nettoyage durables ayant été adoptées, tout le matériel est nettoyé avec 100 % d'eau douce.
- Au moins 70 % d'aluminium recyclé est utilisé dans le mobilier urbain et les équipements installés par Bauer Media Outdoor Danmark.
- 100 % des affiches sont recyclées à la fin de chaque période de campagne.



## Principales étapes du parcours de Bauer Media Outdoor Danmark



\*Les émissions de champ 3 dépendent intrinsèquement de la qualité des données fournies par les fournisseurs, du périmètre du reporting et des niveaux d'activité de la chaîne de valeur, et risquent donc de ne pas suivre une évolution linéaire d'une année sur l'autre. Par exemple, en 2024, l'ajout des déchets générés par les sous-traitants à notre périmètre de reporting a entraîné l'augmentation des émissions déclarées. Ce résultat reflète une meilleure exhaustivité des données. Les progrès réalisés vers notre objectif de 2045 sont évalués à l'aide d'une méthodologie de référence cohérente.

# Agir en faveur d'un monde meilleur : notre gouvernance

La société Bauer Media Outdoor comprend qu'une réussite durable dépend d'une gouvernance efficace. Pour nous, ce principe suppose des responsabilités clairement définies, des contrôles efficaces et des pratiques qui renforcent la confiance de l'ensemble de nos parties prenantes, y compris nos collaborateurs, nos clients, nos fournisseurs, les autorités de régulation et les communautés dans lesquelles nous opérons.

En tant qu'exploitant d'infrastructures publicitaires publiques, nous sommes tenus de faire preuve de probité, d'équité et de transparence. Le fait de répondre à ces attentes est donc d'une importance cruciale pour protéger notre activité et renforcer notre capacité à participer aux appels d'offres publics.



# L'essentiel: notre gouvernance

En tant qu'exploitant d'infrastructures publicitaires publiques, Bauer Media Outdoor considère qu'une gouvernance solide est essentielle au maintien de la confiance des pouvoirs publics, des bailleurs, des autorités de régulation, des partenaires et des communautés. Notre cadre de gouvernance énonce des normes strictes en matière de conduite éthique et de gestion efficace des risques sur tous les marchés où nous sommes présents.



La responsabilité qui accompagne la gouvernance, la gestion des risques et les performances ESG incombe à l'équipe de direction d'Outdoor.

Des fonctions, des politiques et des contrôles clairement définis font partie intégrante de la gouvernance assurée au quotidien sur tous les marchés.

L'équipe de direction locale demeure responsable, et veille ainsi à ce que la gouvernance tienne compte des conditions locales et les respecte, tout en respectant les normes uniformes du groupe.



Les risques ESG, opérationnels et de conformité sont repérés et gérés au moyen d'un cadre structuré de gestion des risques d'entreprise.

Les risques sont traités au niveau local, regroupés à l'échelle mondiale, et utilisés pour orienter les décisions d'investissement, la stratégie et les propositions d'appel d'offres.

Des examens périodiques, des plans d'atténuation et des processus de contrôle renforcent la résilience et favorisent l'amélioration continue.



Nous appliquons dans toute l'entreprise une politique de tolérance zéro par rapport à la corruption, la fraude et tout autre comportement contraire à l'éthique.

Nos politiques, nos formations et nos canaux « Speak Up » facilitent la prise de décisions éthiques ainsi que le signalement précoce de tout problème.

Des normes de conformité rigoureuses renforcent la confiance vis-à-vis de nos modes de fonctionnement, de nos partenariats et de notre compétitivité sur les marchés publics.

## Objectifs de Développement Durable



## Champ d'application et contexte

Bauer Media Outdoor est une division de Bauer Media Group, l'un des principaux groupes de médias européens. Fondé à Hambourg en 1875 et toujours détenu par la famille qui l'a créé, Bauer Media Group opère dans 16 pays et emploie environ 12 000 salariés.

Ce rapport ESG est établi pour le compte de Bauer Media Outdoor et s'applique uniquement à cette entité. Le cas échéant, ce rapport ESG mentionne les cadres de gouvernance de Bauer Media Group afin de donner le contexte, tout en insistant sur la gouvernance telle que concrètement mise en œuvre chez Bauer Media Outdoor.



## Cadre de gouvernance de Bauer Media Outdoor

Notre cadre de gouvernance est conçu pour appuyer des opérations responsables, une gestion efficace des risques et la création de valeur à long terme. En tant qu'entreprise de médias évoluant dans l'espace public et fournissant des infrastructures publicitaires aux villes et aux organismes responsables des transports, nous nous efforçons de mettre en œuvre des processus de gouvernance efficaces, pragmatiques et proportionnés.

La responsabilité relative à la gouvernance, à la gestion des risques et aux performances ESG incombe au président d'Outdoor. Le président d'Outdoor, qui est assisté par l'équipe de direction d'Outdoor (Outdoor SLT), énonce les attentes, passe en revue les risques clés et assure le suivi des performances dans l'ensemble de l'entreprise.

La mise en œuvre quotidienne des dispositions de gouvernance est assurée par les équipes de gestion de chaque marché, conformément aux conditions réglementaires, opérationnelles et commerciales locales. Bien que Bauer Media Outdoor adhère aux valeurs, politiques et cadres de gouvernance communs du Bauer Media Group, celui-ci demeure responsable de la gouvernance opérationnelle sur ses propres marchés. Cette approche a pour but d'apporter un appui à la responsabilité locale tout en garantissant, le cas échéant, le respect des normes du Bauer Media Group.

Afin de favoriser la gouvernance et une responsabilité claire dans l'ensemble de l'entreprise, Bauer Media Outdoor applique le système à trois niveaux suivant :

**Niveau 1 – Opérations commerciales:** les équipes commerciales prennent en charge les risques de leur sphère de compétences et en assurent la gestion quotidienne. Tous les employés sont tenus

de respecter les politiques et procédures applicables, tandis que les dirigeants fixent le cap en suivant les formations obligatoires, en signalant rapidement leurs préoccupations et en signant des déclarations de conformité annuelles. Pour les cadres supérieurs, les résultats en matière de conformité font partie intégrante de la rémunération variable, ce qui contribue à renforcer la responsabilisation.

**Deuxième 2 – Conformité, protection de la vie privée et cybersécurité:** l'équipe chargée de la conformité, qui est épaulée par l'équipe chargée de la protection de la vie privée et celle chargée de la cybersécurité, a une fonction d'encadrement et prodigue des conseils spécialisés. Ces dernières gèrent conjointement les politiques relatives à l'éthique, à la lutte contre la corruption, à la prévention de la fraude, aux sanctions, aux droits humains, à la diligence raisonnable vis-à-vis des fournisseurs, à la responsabilité environnementale et à la protection des données. Elles proposent des formations, des outils et des conseils – notamment une plateforme automatisée de diligence raisonnable – et sont placées sous la responsabilité du président d'Outdoor.

**Niveau 3 – Contrôle indépendant :** les examens et audits indépendants offrent une garantie supplémentaire et contribuent au processus qui valide l'efficacité des contrôles. Si cette assurance facilite une supervision efficace, la responsabilité de la gouvernance et de la gestion des risques incombe toujours à la direction de Bauer Media Outdoor.

Cette structure est pensée pour favoriser l'application de normes de gouvernance uniformes au sein de Bauer Media Outdoor, tout en tenant compte des exigences réglementaires et opérationnelles propres aux marchés sur lesquels nous sommes présents.

## Gestion des risques et garantie

Bauer Media Outdoor met en œuvre un cadre de gestion des risques (ERM) régulièrement examiné et mis à jour afin de prendre en considération l'évolution de l'environnement du risque. Les risques sont identifiés au niveau du marché, regroupés à l'échelle du groupe au sein de Bauer Media Outdoor et attribués à des responsables désignés.

Chaque risque clé s'accompagne d'un plan de gestion des risques qui présente les contrôles et les mesures d'atténuation identifiés et pris en charge par les équipes commerciales concernées ; ces risques clés sont examinés par le président d'Outdoor et Outdoor SLT.

Les risques ESG sont pris en compte parallèlement aux risques financiers et opérationnels pertinents.

Par exemple, ces derniers incluent ce qui suit :

- Les risques liés aux droits humains au sein de la chaîne d'approvisionnement.
- Les impacts environnementaux associés aux infrastructures, aux cycles de vie des actifs et à la consommation d'énergie.
- Les risques pesant sur la vie privée, l'éthique des données et la cybersécurité.
- Les risques réputationnels et liés au contenu publicitaire.

Les conclusions tirées des évaluations des risques, des incidents et de l'évolution de la réglementation constituent le fondement de la mise à jour des politiques, des formations et des contrôles, et favorisent ainsi une amélioration continue.

## Cadre de la conformité de Bauer Media Outdoor: nos six domaines sur l'équité

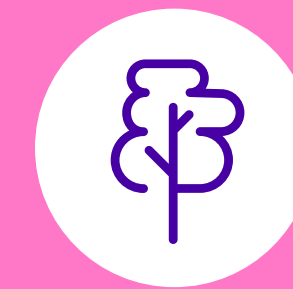
Bauer Media Outdoor a élaboré un cadre de conformité qui présente l'approche structurée retenue quant aux moyens par lesquels ses politiques sont concrètement mises en œuvre et réévaluées. Ce cadre repose sur six domaines d'Équité, qui orientent la manière dont le service chargé de la conformité assume ses principales responsabilités juridiques et éthiques et adhère aux valeurs du Bauer Media Group, notamment la confiance, qui définissent la manière dont nous entendons mener nos activités.

Ces six domaines d'Équité sont élaborés pour couvrir les principaux éléments d'une conduite commerciale responsable :



### Équité commerciale

Lutte contre les pratiques anticoncurrentielles, la corruption et les pots-de-vin, conflits d'intérêts, sanctions et fraude.



### Équité environnementale

Progrès réalisés dans la mise en œuvre du programme environnemental.



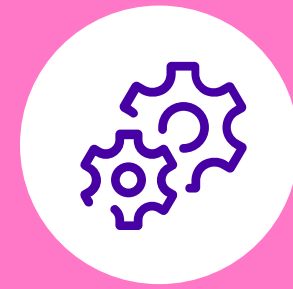
### Équité comptable

Information financière et conformité fiscale.



### Équité en matière de sécurité de l'information

Sécurité des données, risques liés à la cybersécurité, contrôles des accès et résilience.



### Équité en matière de traitement des données

Confidentialité, données et intelligence artificielle.



### Équité dans les relations

Droits humains et diligence raisonnable dans la chaîne d'approvisionnement.

Chaque année, les unités commerciales procèdent à un examen structuré de ces domaines dont la surveillance est assurée par l'équipe chargée de la conformité de Bauer Media Outdoor. La direction vérifie le statut des contrôles clés et identifie les domaines où des améliorations ou des mesures d'atténuation supplémentaires pourraient s'avérer nécessaires.

Ce processus a pour but de faciliter l'application uniforme des politiques sur tous les marchés. Il permet d'intégrer les exigences de gouvernance dans les opérations quotidiennes et contribue au renforcement continu de l'efficacité des contrôles au fur et à mesure que les exigences réglementaires et commerciales évoluent.

# Politiques et normes

Bauer Media Outdoor est exploitée conformément au cadre stratégique global de Bauer Media Group auquel elle adhère tout en appliquant des politiques et des normes adaptées au profil de risque propre à une entreprise de publicité extérieure exerçant ses activités dans l'espace public.

Les politiques applicables au niveau du groupe, notamment le Code de conduite du personnel, la politique « Speak Up » et les principes en matière de protection de la vie privée, énoncent les attentes communes et des normes minimales applicables à l'ensemble de Bauer Media Group.

## Les politiques de Bauer Media Outdoor

Bauer Media Outdoor dispose, par rapport à son activité, de politiques et de normes spécifiques qui correspondent à la nature de ses opérations et son exposition aux risques. Ces dernières incluent notamment ce qui suit :

- **Des politiques en matière de criminalité économique** qui englobent la lutte contre la corruption, les conflits d'intérêts, la prévention de la fraude et le respect des sanctions.
- **Une politique relative aux droits humains** qui présente notre approche en matière de respect des droits humains internationalement reconnus dans nos activités et notre chaîne d'approvisionnement.
- **Des politiques en matière de confidentialité, de protection des données et de cybersécurité** qui abordent la protection des données, la sécurité de l'information et les cyber-risques dans toutes nos opérations.
- **Une politique environnementale** qui accompagne la mise en œuvre de notre programme environnemental et de notre Plan de transition climatique.

- **Une politique d'approvisionnement** qui intègre, dans les processus d'approvisionnement, la diligence raisonnable, l'approvisionnement éthique et la surveillance des fournisseurs fondée sur les risques.
- **Un code de conduite des fournisseurs** qui définit les attentes pesant sur les fournisseurs en matière de conduite éthique, de normes du travail, de responsabilité environnementale et de conformité.

Le but de ces politiques consiste à traiter conjointement les principaux risques liés à la gouvernance, à la conformité et aux critères ESG inhérents aux activités de Bauer Media Outdoor ; elles sont appliquées et mises en œuvre d'une manière compatible avec les exigences réglementaires locales et les conditions opérationnelles propres à chaque marché.

## Mise en œuvre et suivi

Ces politiques reposent sur des formations, des procédures de diligence raisonnable et des contrôles opérationnels prévus pour ancrer ces exigences dans les activités commerciales menées quotidiennement. La participation aux formations obligatoires fait l'objet d'un suivi, et le respect des politiques est contrôlé grâce à un ensemble de mesures comprenant la supervision par l'équipe de gestion, le suivi de la conformité et des activités de contrôle. Lorsque des problèmes sont identifiés, des solutions sont élaborées et leur suivi est assuré jusqu'à leur mise en œuvre effective.

Au 31 décembre 2025, tous les employés de Bauer Media Outdoor en fonction sur l'ensemble des marchés (sauf le personnel opérationnel) avaient suivi la formation annuelle obligatoire du Code de conduite du personnel du groupe Bauer Media, laquelle est dispensée en ligne. Le personnel opérationnel participe à des programmes de formation distincts, en présentiel et adaptés aux exigences de conformité et aux considérations pratiques liées à leurs fonctions.

# Approvisionnement, diligence raisonnable et gouvernance de la chaîne d'approvisionnement

## Pratiques commerciales éthiques

Un bon nombre des risques les plus graves associés à la durabilité et à la conformité chez Bauer Media Outdoor proviennent de sa chaîne d'approvisionnement. Ces risques sont encadrés grâce à des politiques claires, à une diligence raisonnable adaptée, à des dispositions contractuelles et à une surveillance continue.

Les attentes pesant sur les fournisseurs figurent dans le Code de conduite des fournisseurs de Bauer Media Outdoor, qui englobe les droits humains, les pratiques en matière de travail, la responsabilité environnementale, la conduite éthique et la protection des données. Une approche de diligence raisonnable axée sur les risques est appliquée, prévoit des sanctions ainsi que des vérifications de la situation financière et de la réputation et s'accompagne, le cas échéant, d'évaluations relatives à l'environnement, aux droits humains et à la cybersécurité.

En 2025, le déploiement de OneTrust, notre système automatisé de diligence raisonnable, a été élargi à l'Irlande et à Bauer Media Outdoor Technic (anciennement Amscreen) au Royaume-Uni, ce qui a permis de mieux uniformiser les évaluations des fournisseurs. Un déploiement supplémentaire est prévu sur d'autres marchés au cours de l'année 2026. Les relations présentant un risque plus élevé supposent l'intervention du service conformité qui accorde des autorisations spéciales et effectue une surveillance plus rigoureuse.

Le personnel chargé des achats reçoit une formation sur les exigences en matière de conformité, et les performances des fournisseurs sont contrôlées conjointement par les services conformité et achats, étant précisé que, le cas échéant, les problèmes sont portés à l'attention de l'Outdoor SLT.

Dans le cadre des préparatifs réalisés par Bauer Media Group pour appliquer la Directive européenne relative à la diligence raisonnable en matière de développement durable des entreprises (CSDDD), Bauer Media Outdoor participe aux premières mesures, notamment la cartographie de la chaîne de valeur, l'évaluation des impacts négatifs potentiels et la mobilisation des fournisseurs.

### Lutte contre la corruption et la fraude

Bauer Media Outdoor entend prévenir et lutter contre la corruption et les autres formes de criminalité économique. Notre position en matière de lutte contre la fraude est très stricte et nous rappelons instamment à tous nos collaborateurs que la fraude n'a pas sa place dans notre entreprise. Nous gérons ces risques à l'aide de politiques, de formations adaptées aux fonctions, de seuils d'autorisation pour les cadeaux et les marques d'hospitalité, de contrôles renforcés pour les relations à haut risque et de protections contractuelles.

Les employés occupant des postes concernés reçoivent une formation adaptée en plus de la formation obligatoire sur le Code de conduite du personnel du groupe Bauer Media. Les relations à haut risque font l'objet de contrôles approfondis et d'autorisations spéciales.

### Repérage et gestion des actes répréhensibles

Les préoccupations concernant des actes répréhensibles peuvent être signalées par les canaux « Speak Up » ou en prenant directement contact avec le service de conformité. Les signalements sont traités dans le respect des exigences sur la confidentialité et font l'objet d'une enquête soumise aux protocoles établis ; son issue est communiquée à l'équipe de direction d'Outdoor et, le cas échéant, les mesures correctives sont suivies jusqu'à leur résolution.

### Notre approche fiscale

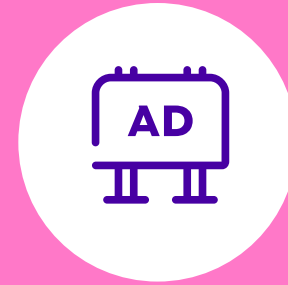
En matière fiscale, Bauer Media Outdoor adhère aux principaux objectifs stratégiques du Bauer Media Group, à savoir :

- Respecter l'ensemble de la législation et de la réglementation fiscales applicables.
- Payer le montant exact de l'impôt dû, à la date prévue et auprès du bon service fiscal.
- Veiller à ce que Bauer Media Outdoor, en tant que membre de Bauer Media Group, dispose d'une gouvernance solide et adaptée à la mise en place de systèmes comptables et fiscaux appropriés.
- Entretenir avec les autorités fiscales une relation ouverte et collaborative.
- Être diligents et consciencieux dans l'exercice de nos obligations fiscales et dans nos déclarations.

# Normes de publicité responsable et politique publique

En tant qu'exploitant de médias dans l'espace public, Bauer Media Outdoor applique, pour son contenu publicitaire, des normes visant à garantir que les publicités diffusées sur ses supports soient conformes au droit, adaptées et responsables. Des restrictions liées à l'emplacement s'appliquent à certaines catégories de publicité, et les messages d'intérêt général continuent de faire partie de l'offre proposée aux villes et aux communautés.

L'engagement pris par Bauer Media Outdoor par rapport aux politiques publiques se manifeste avant tout par l'intermédiaire d'associations professionnelles. Des activités de lobbying sont menées avec transparence et conformément aux règles applicables, d'une manière encadrée par le service conformité et en accord avec les positions du groupe Bauer Media.



## Normes sur le contenu publicitaire

Bauer Media Outdoor reconnaît le rôle qui lui incombe par rapport au contrôle du contenu publicitaire diffusé sur ses supports. Bien que les annonceurs soient responsables du contenu qu'ils proposent, nous nous réservons le droit de refuser toute publicité trompeuse, sexuellement explicite, excessivement suggestive ou susceptible d'être raisonnablement considérée comme une atteinte à la réputation, à l'intégrité ou à l'image d'une organisation ou d'une personne.



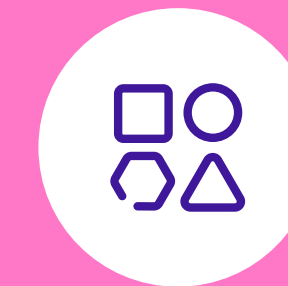
## Restrictions liées à l'emplacement

Bauer Media Outdoor applique des restrictions publicitaires basées sur l'emplacement en créant des zones d'exclusion aux abords de lieux sensibles (notamment les lieux de culte, les écoles primaires et secondaires, ainsi que les aires de jeux) et ce, afin de limiter certaines catégories de publicité.



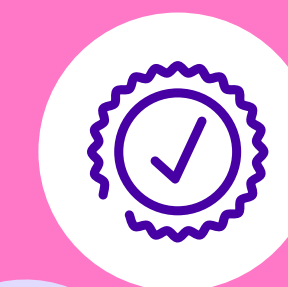
## Publicité d'intérêt public

Nous continuons à observer notre tradition de longue date qui consiste à diffuser des messages d'intérêt général visant à promouvoir le bien-être d'une communauté et à apporter un appui aux causes importantes.



## Diversité et représentation

Nous encourageons la diversité des produits et services proposés sur nos marchés et nous mettons en œuvre des directives sur la rédaction et le contenu qui tiennent compte de la diversité croissante de nos publics.



## Normes publicitaires et responsabilité des annonceurs

Bauer Media Outdoor ne décide pas du contenu des publicités et ne l'approuve pas, car elle se borne à s'assurer du respect de la législation applicable et de nos normes en matière de contenu publicitaire. Les annonceurs demeurent responsables de leur propre contenu. Le cas échéant, nous pouvons recommander à un annonceur de se renseigner auprès de l'organisme national des normes publicitaires de son pays avant de lancer une campagne.

# Protection de la vie privée, protection des données et cyber-sécurité

## Protection de la vie privée et des données

Sur tous ses marchés, Bauer Media Outdoor a pour objectif de se plier au Règlement général sur la protection des données (RGPD) et aux lois locales applicables en matière de protection des données. Les considérations relatives à la protection de la vie privée font partie intégrante des moyens par lesquels nous concevons et exploitons nos produits et services.

Notre service chargé de la protection de la vie privée donne des conseils sur les opérations de traitement conforme au droit, facilite la réalisation des analyses d'impact relatives à la protection des données et supervise les registres des activités de traitement.

Nous adoptons, par rapport aux nouveaux services, une approche axée sur la protection de la vie privée par la conception et nous assurons le suivi continu de nos pratiques pour participer à la réduction du risque d'identification des personnes.

La gouvernance de la protection de la vie privée est considérée comme une discipline pratique et opérationnelle et non pas comme un simple exercice juridique, ce qui illustre le fait que nos supports publicitaires soient diffusés dans l'espace public et visibles par un public large et varié.

## Éthique des données

L'approche choisie par Bauer Media Outdoor à l'égard de l'éthique des données dépasse le cadre de la conformité juridique. Nous prenons appui sur des principes d'équité, de proportionnalité et de respect des personnes.

Nos services sont conçus pour se focaliser sur des analyses agrégées plutôt que sur des données individuelles, ce qui permet d'éviter le profilage comportemental. Ces principes servent de socle aux efforts visant à garantir la compatibilité de l'innovation dans la publicité numérique en extérieur avec les attentes du public et les exigences réglementaires.

# Normes applicables aux campagnes interactives numériques OOH :

Intervenir dans l'espace public exige un haut niveau de confiance. Bauer Media Outdoor conçoit et met en œuvre des campagnes interactives OOH qui intègrent le respect de la vie privée, la transparence et la responsabilité dès le départ, et qui garantissent ainsi l'amélioration de l'environnement public par l'innovation tout en respectant chaque personne. L'utilisation d'une technologie dans l'espace public fait de la conception et de l'exploitation responsable des éléments essentiels.

Notre approche prend appui sur les principes suivants :

- **Vie privée protégée dès la conception.** Dès le départ, Bauer Media Outdoor intègre la protection de la vie privée et des données dans le développement de ses produits et campagnes interactifs, au lieu de procéder à des contrôles après leur déploiement. Nous soumettons les campagnes interactives à des analyses d'impact sur la protection des données afin de repérer et de traiter les risques potentiels menaçant les personnes et de garantir le respect de la législation applicable en matière de protection des données.
- **Utilisation minimale et proportionnée des données.** Les campagnes interactives utilisent des informations anonymisées ou agrégées, telles que le nombre d'utilisateurs

et les grandes tendances de déplacement. Lorsque les interactions nécessitent des technologies comme la détection de mouvements, la reconnaissance gestuelle ou les écrans tactiles, les données visuelles ne sont traitées que pour permettre l'interaction et ne sont conservées qu'un court instant, généralement quelques secondes, avant leur suppression sécurisée. Nous ne suivons pas les personnes, nous ne créons pas de profils d'utilisateurs et nous ne permettons pas d'identification persistante.

- **Limites claires et partenariats responsables.** Nous appliquons des normes homogènes à l'ensemble de nos partenaires technologiques et de nos relations publicitaires, dans la mesure où nous ne travaillons qu'avec des organisations respectueuses d'exigences claires en matière de traitement responsable et transparent des données. Notre réseau fonctionne indépendamment des canaux publicitaires numériques ayant besoin d'un consentement : si une personne voit une publicité dans un espace public et découvre par la suite un message similaire sur un appareil mobile, cette situation est la conséquence d'une activité publicitaire numérique extérieure à nos opérations, et non pas d'une collecte de données opérée avec nos propres ressources.



## Cybersécurité

Bauer Media Outdoor dispose d'un système de gestion de la sécurité de l'information conforme à la norme ISO 27001 ; une unité commerciale est déjà certifiée, tandis que, le cas échéant, d'autres unités envisagent d'obtenir cette certification.

La gouvernance concernant la cybersécurité est encadrée par le directeur des systèmes d'information de Bauer Media Outdoor et par un comité directeur de la gouvernance de l'information. Les opérations de sécurité associent une expertise interne à un appui spécialisé externe afin de veiller à ce que l'ensemble de nos systèmes et infrastructures bénéficient d'une surveillance de la sécurité, d'une capacité de réaction aux incidents et d'une résilience opérationnelle.

## Résilience, formation et sensibilisation

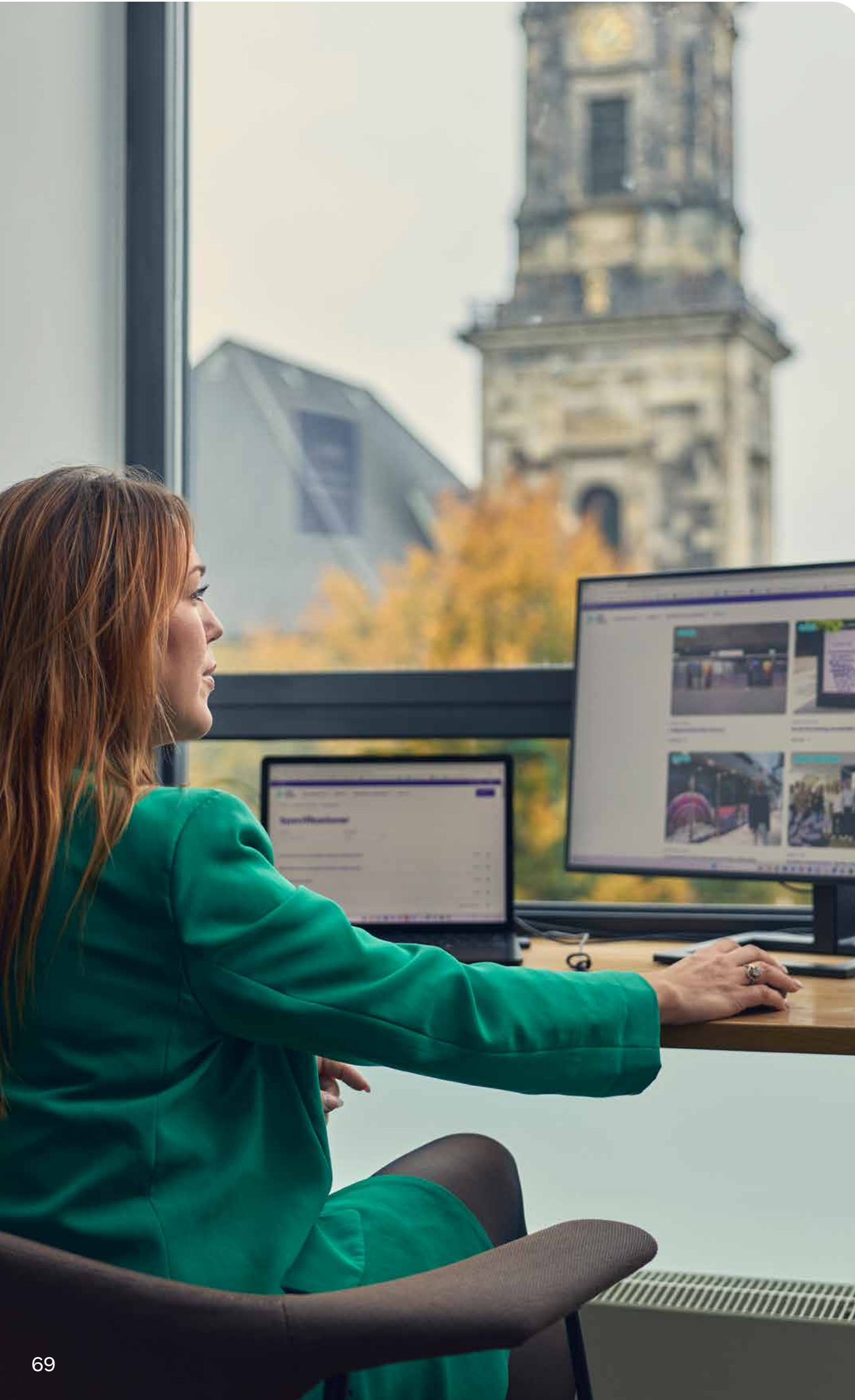
Tous les employés sont tenus de suivre une formation en cybersécurité adaptée à leurs fonctions, étant précisé que l'assiduité est contrôlée. La formation est complétée par des campagnes de sensibilisation et des simulations d'hameçonnage effectuées régulièrement pour aider toute l'entreprise à demeurer vigilante.

Les risques liés à la cybersécurité sont également pris en considération dans les relations entretenues avec les fournisseurs. Le cas échéant, le risque de cybersécurité posé par les fournisseurs est évalué et des protections contractuelles sont ajoutées pour renforcer la sécurité des opérations dans toute notre chaîne de valeur.

## Amélioration continue

Les contrôles opérés par rapport à la protection de la vie privée, à la protection des données et à la cybersécurité sont soumis à un examen continu. Les enseignements tirés des incidents, des audits, de l'évolution de la réglementation et des avancées technologiques sont utilisés pour procéder en continu à la mise à jour des systèmes, des lignes directrices et des formations.





## Regard sur la ligne d'horizon: nos futures priorités ESG

Bauer Media Outdoor a mis en place un programme ESG et poursuit son développement au fur et à mesure que notre activité évolue. Parallèlement, nous reconnaissons que de bonnes performances ESG supposent une attention, des adaptations et des améliorations constantes. Notre ambition consiste toujours à fonctionner à la fois comme une « Plateforme pour les marques » et une « Plateforme pour le bien », tout en réagissant de manière appropriée à l'évolution des attentes réglementaires, sociales et commerciales.

En tant que membre du Bauer Media Group, Bauer Media Outdoor réalise des préparatifs visant à contribuer aux futures activités de reporting du groupe qui relèvent de la CSRD et de la CSDDD. Nos priorités comprennent l'amélioration de la qualité et l'homogénéité des données au sein de nos propres opérations, l'intégration plus systématique des risques ESG dans la prise de décision, et la communication d'informations fiables et comparables pouvant enrichir les divulgations opérées au niveau du groupe. Par ailleurs, le risque posé par les fournisseurs et les opérations commerciales internes est déjà analysé conformément aux exigences de la loi allemande sur la diligence raisonnable dans la chaîne d'approvisionnement. Cette approche va dans le sens de la transparence et de la responsabilité vis-à-vis des clients, des organes de régulation et des pouvoirs adjudicateurs, tout en restant adaptée à notre rôle d'entreprise privée.

Chez Bauer Media Outdoor, nos futures priorités sont les suivantes :

- Élargir à toute la chaîne de valeur le processus de diligence raisonnable suivi pour les fournisseurs, en se servant du déploiement d'outils automatisés de diligence raisonnable lancé en 2025 pour se préparer à l'évolution des exigences européennes visant la chaîne d'approvisionnement.
- Faire évoluer et clarifier notre approche en matière d'éthique des données pour influencer l'innovation dans les services numériques extérieurs dans la mesure où, notamment, les produits interactifs et basés sur les données continuent de se développer.
- Poursuivre notre intégration au sein du groupe Bauer Media, en adhérant, le cas échéant et dans tout le groupe, aux cadres, systèmes et processus de reporting en matière de durabilité, tout en conservant une responsabilité opérationnelle claire de mise en œuvre des critères ESG au sein de Bauer Media Outdoor.

Une gouvernance efficace devrait continuer à renforcer la capacité de Bauer Media Outdoor à fonctionner manière responsable, à participer en toute confiance aux appels d'offres publics et à conserver la confiance de ses clients, des organes de régulation et des communautés que nous servons.

Pour en savoir plus sur les questions ESG concernant Bauer Media Outdoor, veuillez nous envoyer un e-mail à [ESG@bauermediaoutdoor.com](mailto:ESG@bauermediaoutdoor.com)

# Glossaire des termes clés

Ce glossaire explique la manière dont certains termes sont utilisés par Bauer Media Outdoor dans le présent rapport ESG. Ces définitions sont fournies par souci de clarté et peuvent être utilisées différemment dans d'autres contextes ne relevant pas du présent rapport ESG.

## Accord de Paris de 2016 :

Un traité international juridiquement contraignant sur le changement climatique adopté par 196 parties à la Conférence des Nations Unies sur le changement climatique, connue sous le nom de COP21, à Paris, en France, le 12 décembre 2015. Ce traité est entré en vigueur le 4 novembre 2016.

## Ad Net Zero :

Un programme bénévole d'action climatique à but non lucratif qui est destiné au secteur mondial de la publicité et qui vise à réduire les émissions de carbone liées aux opérations publicitaires, à la production et aux activités des médias pour aider le secteur à atteindre le Zéro émission nette.

## Bauer Media Group :

Une société européenne leader dans le secteur des médias, créée à Hambourg en 1875, appartenant toujours à la même famille, présente dans 16 pays et employant près de 12 000 salariés. Bauer Media Outdoor a rejoint le Bauer Media Group le 31 mars 2025.

## Bauer Media Outdoor :

Bauer Media Outdoor International Limited et ses filiales.

## Bright Sparks :

Programme de développement de talents de Bauer Media Outdoor.

## Cadre mondial pour la durabilité des médias (GMSF) :

Une norme élaborée bénévolement par Ad Net Zero pour uniformiser les méthodologies utilisées dans tous les canaux médiatiques, y compris la publicité extérieure, afin de faciliter le calcul et la réduction des émissions de gaz à effet de serre causées par les campagnes publicitaires.

## Carbone intégré :

Les émissions de gaz à effet de serre associées à la production, à la transformation, au transport, à l'installation, à l'entretien et au traitement de fin de vie des matériaux et des produits, à l'exclusion des émissions dues à leur utilisation opérationnelle. Le carbone intégré

revêt une importance particulière pour les infrastructures à longue durée de vie.

## Certificats d'attributs énergétiques :

Instrument contractuel qui transmet des informations (attributs) sur une unité d'énergie, y compris la ressource utilisée pour créer l'énergie et les émissions associées à sa production et à son utilisation.

## Chaîne de valeur :

Les activités, ressources et relations clés qui contribuent aux produits et services de Bauer Media Outdoor, y compris les fournisseurs en amont, nos propres opérations et les relations en aval, jusqu'au traitement de fin de vie des infrastructures. Lorsque la législation l'exige (par exemple, en vertu de la directive CSRD), la définition juridique applicable de la chaîne de valeur sera appliquée.

## Champ 1 Émissions de gaz à effet de serre :

Émissions directes de gaz à effet de serre provenant de sources détenues ou contrôlées par une entreprise.

## Champ 2 Émissions de gaz à effet de serre :

Émissions indirectes de gaz à effet de serre provenant de la production d'électricité achetée ou introduite dans les limites organisationnelles de l'entreprise et consommée par cette dernière.

## Champ 3 Émissions de gaz à effet de serre :

Toutes les autres émissions indirectes de gaz à effet de serre (hors champ 2). Les catégories pertinentes au champ 3 sont une conséquence des activités de l'entreprise mais proviennent de sources qui ne sont ni détenues ni contrôlées par cette dernière.

## Cibles à court terme :

Bauer Media Outdoor s'engage à réduire de 90 % ses émissions absolues de GES des champs 1 et 2 d'ici 2030, par rapport à l'année de référence 2022. Bauer Media Outdoor s'engage également à réduire de 25 % ses émissions absolues de GES du champ 3 au cours de la même période.

### **Cibles à long terme :**

Bauer Media Outdoor s'engage à maintenir un minimum de 90 % de réduction absolue des émissions de GES des champs 1 et 2 de 2030 à 2045 par rapport à l'année de référence 2022. Bauer Media Outdoor s'engage également à réduire les émissions absolues de GES de champ 3 de 90 % d'ici 2045 par rapport à l'année de référence 2022.

### **Déchets opérationnels :**

Fait spécifiquement référence aux déchets opérationnels produits par les entrepôts de Bauer Media Outdoor, à l'exclusion des déchets issus de la construction.

### **Directive relative à la diligence raisonnable en matière de développement durable des entreprises (CSDDD) :**

Une directive européenne obligeant certaines entreprises à repérer, prévenir, atténuer et déclarer les impacts négatifs réels et potentiels de leurs activités et de leurs chaînes de valeur sur les droits humains et l'environnement.

### **Directive sur les rapports de développement durable des entreprises (directive CSRD) :**

Une directive de l'UE qui oblige les entreprises soumises à la directive

à rendre compte publiquement selon les normes européennes de reddition de comptes en matière de durabilité.

### **Diversité, équité et inclusion (DEI) :**

Les initiatives de Bauer Media Outdoor visant à améliorer le quotidien des collaborateurs au sein de notre entreprise.

### **Double évaluation de la matérialité :**

Une évaluation permettant d'identifier les questions de durabilité les plus importantes en tenant compte de la manière dont une entreprise impacte l'environnement et la société ainsi que la manière dont les facteurs environnementaux et sociaux influencent cette entreprise.

### **Électricité renouvelable :**

Aux fins des mesures et des objectifs rapportés par Bauer Media Outdoor ou ses filiales dans le présent rapport ESG, l'électricité renouvelable désigne l'électricité dérivée de sources renouvelables, y compris lorsqu'une garantie est fournie via une certification de Garantie d'Origine d'Énergie Renouvelable (REGO) au Royaume-Uni ou des garanties d'origine (GO, GoO) dans l'UE et ailleurs.

### **Énergie renouvelable :**

Énergie dérivée de sources renouvelables.

### **Équipe de direction d'Outdoor (Outdoor SLT) :**

L'équipe de direction de Bauer Media Outdoor, qui conseille le président d'Outdoor sur la gestion de Bauer Media Outdoor.

### **Équivalent dioxyde de carbone (CO2e) :**

Les émissions de gaz à effet de serre peuvent être exprimées en unités physiques (telles que les tonnes) ou en termes d'équivalent en dioxyde de carbone (CO2e). Le terme CO2e facilite la comparaison des émissions des différents gaz à effet de serre en fonction de leur potentiel de réchauffement climatique.

### **ESG :**

Environnemental, social et de gouvernance.

### **Évaluation du cycle de vie :**

Le processus par lequel l'impact environnemental d'un produit ou d'actifs est quantifié depuis la production jusqu'à l'installation, pendant le cycle de vie et en fin de vie, et améliorant les décisions qui réduisent cet impact au cours de leur cycle de vie.

### **Fournisseur de niveau 1 :**

Aux fins du Protocole sur les gaz à effet de serre, il s'agit d'un fournisseur qui

fournit ou vend des produits directement à Bauer Media Outdoor. Un fournisseur de niveau 1 est une société avec laquelle Bauer Media Outdoor a un bon de commande pour des biens ou des services.

### **Fournisseur de niveau 2 :**

Aux fins du Protocole sur les gaz à effet de serre, il s'agit d'un fournisseur qui fournit ou vend des produits directement à un Fournisseur de niveau 1 de Bauer Media Outdoor. Un fournisseur de niveau 2 est une société avec laquelle un Fournisseur de niveau 1 de Bauer Media Outdoor a un bon de commande pour des biens ou des services.

### **Garanties d'origine :**

Un certificat prouvant qu'une quantité d'énergie égale à un MWh a été produite à partir de sources renouvelables et injectée dans le réseau électrique, au sein de l'UE ou ailleurs. Les garanties d'origine sont négociées électroniquement sur le marché volontaire des certificats d'énergie renouvelable et ne sont pas liées à la livraison physique d'électricité.

### **Garanties d'origine des énergies renouvelables (REGO) :**

Au Royaume-Uni, les certificats permettent aux fournisseurs d'électricité de démontrer à leurs clients la part

de l'électricité qu'ils fournissent produite à partir de sources renouvelables.

### **Gaz à effet de serre (GES) :**

Tout gaz qui absorbe le rayonnement infrarouge de l'atmosphère. Les gaz à effet de serre incluent, sans s'y limiter, la vapeur d'eau, le dioxyde de carbone, le méthane, l'oxyde nitreux, les hydrochlorofluorocarbures, l'ozone, les hydrofluorocarbures, les perfluorocarbures et l'hexafluorure de soufre.

### **Gestion des risques d'entreprise (GRE) :**

Une approche intégrée et conjointe de la gestion des risques à l'échelle d'une organisation et de ses réseaux étendus.

### **Groupe de ressources pour employés :**

Des organisations bénévoles dirigées par des employés et axées sur différentes expériences. Ils sont ouverts à tous et visent à fournir un environnement sûr et inclusif favorisant un échange ouvert de points de vue différents.

### **Groupe de travail sur la publication d'informations financières liées au climat :**

Un groupe de travail dissous qui a élaboré des recommandations sur les types de renseignements que les entreprises devraient divulguer pour aider les investisseurs, les prêteurs et les assureurs à évaluer et à fixer le prix d'un ensemble précis de risques liés aux changements climatiques.

### **Instruments basés sur le marché (électricité) :**

Mécanismes contractuels ou fondés sur des certificats utilisés pour justifier les déclarations relatives à l'électricité renouvelable, tels que les certificats d'attributs énergétiques, les garanties d'origine d'énergie renouvelable (REGO) ou les garanties d'origine, dans les cas où aucun approvisionnement direct en électricité renouvelable n'est disponible.

### **Intensité carbone :**

Mesure des émissions de gaz à effet de serre par unité d'activité, telle que le chiffre d'affaires ou la production, généralement exprimée en tonnes d'équivalent dioxyde de carbone (tCO2e) par unité définie. Les indicateurs d'intensité carbone sont utilisés par Bauer Media Outdoor pour suivre les progrès réalisés avec le temps par rapport aux objectifs de réduction des émissions.

### **ISO 14001 :**

La norme de gestion environnementale de l'Organisation internationale de normalisation.

### **ISO 27001 :**

La norme relative aux systèmes de gestion de la sécurité de l'information de l'Organisation internationale de normalisation.

### **ISO 45001 :**

La norme de gestion de la santé et de la sécurité au travail de l'Organisation internationale de normalisation.

### **Loi allemande sur la diligence raisonnable dans la chaîne d'approvisionnement (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz) :**

Une loi allemande en vigueur depuis janvier 2023 et qui oblige les entreprises à soumettre toutes leurs chaînes d'approvisionnement à une diligence raisonnable en matière de droits humains et d'environnement.

### **Modèle de contrôle opérationnel :**

Approche comptable relevant du Protocole sur les gaz à effet de serre dans

lequel une entreprise représente 100 % des émissions provenant d'opérations sur lesquelles elle exerce un contrôle opérationnel, quelle que soit sa participation au capital.

### **Norme Zéro émission nette de SBTi applicable aux entreprises :**

Un cadre de définition des objectifs « zéro émission nette » d'une entreprise, incluant des orientations, des critères et des recommandations compatibles avec la limitation de la hausse de la température mondiale à 1,5 °C.

### **Normes européennes de reporting en matière de durabilité (ESRS) :**

Normes obligatoires en matière de reporting de durabilité adoptées par l'UE pour favoriser la communication d'informations cohérentes, comparables et fiables dans le cadre de la directive sur les rapports de durabilité des entreprises. Les ESRS énoncent des exigences détaillées en matière de communication d'informations sur des thèmes environnementaux, sociaux et de gouvernance, notamment le climat, la biodiversité, les questions relatives au personnel et la conduite des affaires.

### **Objectifs basés sur des données scientifiques :**

Objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre qui correspondent au niveau de décarbonation nécessaire pour limiter la hausse de la température mondiale, conformément aux données scientifiques sur le climat et aux objectifs de l'Accord de Paris. Les objectifs de Bauer Media Outdoor ont été validés par la SBTi.

### **Objectifs de développement durable des Nations Unies (ODD) :**

Les ODD, mis en place en 2015 par l'Assemblée générale des Nations Unies, sont un ensemble d'objectifs mondiaux interconnectés conçus pour former un « plan commun pour la paix et la prospérité de la planète et de ses habitants, maintenant et à l'avenir ».

### **OOH :**

Out of Home.

### **Plan de transition climatique :**

Un plan documenté qui définit les actions à court, moyen et long terme de Bauer Media Outdoor, ainsi que les hypothèses, les interdépendances et les mécanismes de gouvernance permettant d'atteindre ses objectifs liés au climat, y compris

ses objectifs de zéro émission nette de carbone. Le plan de transition climatique de Bauer Media Outdoor s'appuie sur des données d'émissions établies conformément au Protocole sur les gaz à effet de serre et est conforme aux connaissances scientifiques reconnues en matière de climat ainsi qu'aux nouvelles exigences réglementaires.

### **Planet Mark :**

Une certification de durabilité qui vérifie et mesure les données carbone et sociales pour réduire les émissions et atteindre les ODD des Nations Unies.

### **Plateforme pour le bien :**

L'approche de Bauer Media Outdoor consistant à utiliser son réseau d'affichage extérieur pour promouvoir des initiatives environnementales, sociales et communautaires parallèlement à ses activités publicitaires commerciales, dans le but de contribuer de manière positive aux villes et aux communautés où elle opère.

### **Prairies verticales :**

Systèmes muraux végétaux de Bauer Media Outdoor conçus pour intégrer la biodiversité dans les paysages urbains.

### **Protocole sur les gaz à effet de serre :**

Introduit en 1998, le protocole GES (ou GHG en anglais) fournit des cadres mondiaux standardisés complets pour mesurer et gérer les émissions de gaz à effet de serre (GES) provenant des opérations des secteurs privé et public, des chaînes de valeur et des mesures d'atténuation. Le protocole GES est un partenariat multi-acteurs composé d'entreprises, d'organisations non gouvernementales, de gouvernements et d'autres acteurs créé à l'initiative du World Resources Institute et du World Business Council for Sustainable Development.

### **Recycler / Recyclable :**

Opération consistant à retraiter des déchets (qui auraient autrement été éliminés comme déchets) pour en faire de nouveaux produits, matériaux ou substances, qu'ils soient destinés à la même utilisation ou à un usage similaire. La définition d'un matériau « recyclable » fait référence à la faisabilité technique de recyclage d'un matériau, et non à sa faisabilité commerciale.

### **Science Based Targets initiative (SBTi) :**

Une organisation d'action climatique d'entreprise qui permet aux entreprises

du monde entier de fixer des objectifs d'émissions de GES et d'atteindre le « Zéro émission nette » d'ici 2050.

### **Sources renouvelables :**

Les ressources qui se régénèrent naturellement et rapidement, notamment l'énergie éolienne, solaire, hydraulique, certaines formes de biomasse et l'énergie géothermique.

### **Toit végétalisé :**

Un système de toiture pour abribus ou mobilier urbain comprenant des végétaux, généralement du sedum et des espèces végétales locales, et conçu pour favoriser la biodiversité urbaine, atténuer le ruissellement des eaux pluviales et contribuer au rafraîchissement et à la résilience dans les environnements urbains denses. Les installations de toits végétalisés font partie de l'approche de Bauer Media Outdoor qui consiste à intégrer des éléments favorables à la nature dans les infrastructures publiques.

### **UE :**

Union européenne.

### **Unité commerciale :**

Terme utilisé pour décrire les opérations commerciales de Bauer Media Outdoor sur les marchés individuels où elle est active.

### **Véhicule à zéro ou faibles émissions d'échappement :**

Véhicules qui ne produisent aucune émission d'échappement ou dont les émissions sont réduites par rapport aux véhicules à essence ou diesel classiques, notamment les véhicules électriques et les véhicules hybrides rechargeables.

### **Zéro émission nette :**

Conformément aux données scientifiques sur le climat, le Zéro émission nette fait référence au fait d'équilibrer nos émissions de gaz à effet de serre des champs 1, 2 et 3 avec les absorptions anthropiques de ces émissions sur une période spécifique. Les objectifs de Bauer Media Outdoor sont en phase avec l'initiative Science Based Targets (SBTi).

### **Zone à très faibles émissions (ULEZ) :**

Régimes mis en œuvre au Royaume-Uni en vertu desquels les conducteurs de véhicules qui ne satisfont pas à certaines normes d'émission stipulées par l'exploitant du régime (par exemple un organisme public local) doivent payer une redevance pour conduire dans la zone ULEZ concernée.

### **Zone d'air pur (ZAP) :**

Au Royaume-Uni, une ZAP fait référence à une zone dans laquelle des mesures ciblées sont prises pour améliorer la qualité de l'air, et où les ressources sont priorisées et coordonnées afin de façonner l'environnement urbain de manière à offrir de meilleurs avantages pour la santé et à soutenir la croissance économique.

# Informations sur ce rapport ESG

Ce rapport sur les questions environnementales, sociales et de gouvernance (ESG) a été rédigé par Bauer Media Outdoor International Limited (la Société) pour présenter nos objectifs, nos actions et nos progrès en termes de durabilité en 2025.

Bauer Media Outdoor fait partie du Bauer Media Group, un leader européen du secteur des médias. Fondé à Hambourg en 1875 et toujours détenu par la famille qui l'a créé, Bauer Media Group est présent dans 16 pays et dispose d'un personnel d'environ 12 000 salariés. Ce rapport ESG est rédigé au nom de Bauer Media Outdoor et s'applique uniquement à cette entité, qui est la division du Bauer Media Group spécialisée en publicité extérieure. Afin d'aborder pleinement certains points et de présenter la situation fidèlement, ce rapport ESG mentionne la supervision et la gouvernance de Bauer Media Group, auxquelles Bauer Media Outdoor est soumise. Ces mentions ne sont indiquées que pour poser un contexte et ne doivent pas être interprétées comme élargissant les déclarations ESG sur Bauer Media Outdoor à l'ensemble de Bauer Media Group.

Ce rapport ESG décrit la situation de Bauer Media Outdoor au 31 décembre 2025. Jusqu'en avril 2025, Bauer Media Outdoor était détenue par Clear Channel Outdoor Holdings, Inc. (CCOH). Le contenu de ce rapport ESG ne concerne que Bauer Media Outdoor depuis son acquisition par Bauer Media Group et ne doit pas être interprété comme représentant la situation, les politiques ou les opinions de CCOH. Étant donné que Bauer Media Outdoor ne s'exprime pas au nom de CCOH, toute question concernant CCOH doit être directement adressée à cette entité.

Bauer Media Outdoor a rejoint le groupe Bauer Media le 31 mars 2025. Les périodes qui précèdent cette date et qui sont visées dans ce rapport ESG concernent l'époque durant laquelle Bauer Media Outdoor appartenait à CCOH. Par conséquent, les dispositifs de gouvernance, les politiques et les approches retenues par rapport aux données peuvent varier entre les périodes antérieures et postérieures à cette date, d'une manière expliquée, le cas échéant, par ce rapport ESG.

Certaines déclarations figurant dans ce rapport ESG portent sur des projets, des buts ou des prévisions futurs et sont de nature prospective. Les termes tels que « envisager », « anticiper », « croire », « s'attendre à », « avoir l'intention de », « planifier », « prévoir », « viser », « sera », « pourrait », « devrait » et d'autres notions similaires ont pour but de signaler ces déclarations prospectives. Ces déclarations décrivent ce que Bauer Media Outdoor envisage ou prévoit actuellement de faire ou d'atteindre dans les mois et les années à venir et s'appuient sur les éléments disponibles au moment de la publication, les opinions et hypothèses actuelles de la direction, ainsi que notre compréhension des secteurs dans lesquels nous menons des activités.

Les déclarations tournées vers l'avenir sont naturellement émaillées d'incertitudes. Elles peuvent en effet ne pas correspondre aux résultats concrets en raison de l'évolution de la situation économique, de changements de la réglementation, d'événements mondiaux, d'avancées technologiques ou d'autres circonstances imprévues. Par conséquent, le respect des engagements ainsi que la réalisation des objectifs et des buts décrits dans ce rapport ESG ne peuvent pas être garantis. Ces déclarations ne constituent ni des promesses ni des garanties, et les plans ou cibles mentionnés sont susceptibles d'être révisés si la mesure est jugée nécessaire ou opportune.

Les termes tels que « matérialité », « durabilité » et « impact », qui figurent dans ce rapport ESG, ont pour but de souligner ce qui, selon nous, représente le degré d'importance de certaines questions pour notre entreprise et nos parties prenantes. Ces termes ne sont pas utilisés dans un sens strictement juridique ou financier et peuvent avoir différentes significations en fonction des personnes ou des organisations.

Certaines des données et informations contenues dans ce rapport – comme celles concernant les émissions de gaz à effet de serre ou l'impact social – sont des estimations. Elles peuvent reposer sur des normes en cours d'élaboration, des hypothèses internes ou des données fournies par des tiers. Bien que nous nous efforcions d'utiliser des informations fiables et transparentes, nous ne pouvons garantir le caractère exhaustif ou définitif de toutes ces informations. Le cas échéant, nous expliquons le mode de calcul des chiffres utilisés ou la source des données. Sauf indication contraire, ces informations n'ont pas été vérifiées par un organisme externe.

Les photos figurant dans ce rapport ESG peuvent parfois inclure des représentations photographiques ou des reproductions de vraies campagnes qui ont été diffusées sur nos panneaux. Dans certains cas, ces images ont été mises à jour avec la mention « Bauer Media », telle qu'elle figure maintenant sur nos supports pour indiquer notre nom.

Ce rapport ESG est uniquement fourni à titre d'information générale. Il ne saurait être considéré comme un document juridique, et aucune de ses dispositions ne doit être interprétée comme une garantie de résultats futurs. Dans la mesure autorisée par le droit applicable, la Société décline toute responsabilité quant aux préjudices subis du fait de l'utilisation de ce rapport ESG à des fins autres que l'information générale. La Société n'est pas tenue de mettre à jour le contenu de ce rapport ESG après sa publication, que ce soit du fait de nouvelles informations, d'événements futurs ou pour toute autre raison, sauf si le droit applicable l'exige, et peut décider de modifier ou de mettre fin à certaines activités, politiques ou objectifs ESG en fonction des priorités, des ressources disponibles ou de l'évolution de la situation.

# Bauer Media Outdoor

Si vous souhaitez faire des commentaires  
ou poser des questions sur  
ce rapport, veuillez envoyer un e-mail à :  
**[ESG@bauermediaoutdoor.com](mailto:ESG@bauermediaoutdoor.com)**

Membre du groupe Bauer Media

