



RAPPORT SUR LA RESPONSABILITÉ CORPORATIVE 2017

# UNE TOUCHE DE COULEUR POUR NOS COMMUNAUTÉS

DEPUIS 1976 EST<sup>®</sup>

AVENIRGLOBAL

## TABLE DES MATIÈRES

Une touche de couleur pour nos communautés	1
Vue d'ensemble	2
Investir dans les gens	4
Prix d'excellence	5
L'Institut	8
Femmes et gouvernance	10
Investir dans les communautés	13
Projets <i>pro bono</i>	14
Portraits de notre engagement par bureau	16
NATIONAL   Vancouver	18
NATIONAL   Calgary	20
NATIONAL   Toronto	22
NATIONAL   Ottawa	25
NATIONAL   Montréal	26
NATIONAL   Québec	28
NATIONAL   Atlantique	30
AXON   New York	32
AXON   Londres et Madano	34
SHIFT   Boston, New York, Austin and San Francisco	36
Conduite éthique	38
Nos valeurs	40
Politique de responsabilité corporative	42
Nos places d'affaires	44

## REMERCIEMENTS

### RAPPORT SUR LA RESPONSABILITÉ CORPORATIVE

#### ÉDITEUR

Robert Lupien, NATIONAL (Montréal)

#### CONCEPTION GRAPHIQUE

Jenn De Minico, Patrick Breton, NATIONAL (Calgary)

#### COLLABORATEURS

Catherine Cosgrove, RES PUBLICA

Jane Taber, Joanna Wilson, NATIONAL (Toronto)

Sébastien Boudreau, Colin Danby, Jarifa Lujan, Raphaël Melançon, Lynda Pelletier, Andrew Ross, Alex-Sandra Thibault, NATIONAL (Montréal)

### COMITÉ DE RESPONSABILITÉ CORPORATIVE

#### RESPONSABLE

Robert Lupien

#### MEMBRES

#### VANCOUVER

Matt MacInnis

#### CALGARY

Matthew Bardsley  
Tanya Reinkober

#### TORONTO

Laura Scutaru

#### OTTAWA

Fernando Melo

#### MONTRÉAL

Max Coloma

Jarifa Lujan  
Lynda Pelletier

Andrew Ross  
Alex-Sandra-Thibault

#### QUÉBEC

Sylvie Patry

#### ATLANTIQUE

Jane Bardsley

#### AXON NEW YORK

Nadia Sajous

#### AXON LONDRES

Jaclyn Confalone

Kerry Gardiner

Lucy Hagger

Cleo Hall

Anna Humber  
Lisa Langley

Katrina Lester  
James McCary

Lorin Ord

Agnieszka Popowicz

Rita Sasidharan

Radha Tailor

Nathalie Tuppen

#### MADANO

John Twinn  
Hanna Williams

#### SHIFT

Leah Ciappenelli



# UNE TOUCHE DE COULEUR POUR NOS COMMUNAUTÉS

*par Valérie Beauregard, vice-présidente exécutive,  
AVENIR GLOBAL*

**On dit que la couleur est la parole des images. Chez AVENIR GLOBAL, notre touche de couleur se retrouve d'abord et avant tout dans les gestes, petits et grands, que nous posons au quotidien.**

La dernière année en fut une de grandes avancées, alors que nous avons fièrement dévoilé nos nouvelles couleurs avec l'introduction d'AVENIR GLOBAL, une plateforme corporative redéfinie qui rassemble maintenant les cinq sociétés sœurs que sont NATIONAL, NATIONAL Equicom, AXON Communications, Madano et SHIFT Communications. Notre Firme poursuit sa croissance et continue d'évoluer; néanmoins, nous restons plus que jamais guidés par les mêmes valeurs qui nous ont été transmises par notre président fondateur, Luc Beauregard (1941-2013): la qualité, l'innovation, l'engagement, le respect, la collaboration, l'intégrité et la responsabilité.

Ces principes fondamentaux, qui sont au cœur de notre ADN, se retrouvent jour après jour dans notre participation active à la vie sociale des communautés où nous œuvrons. C'est cette promesse de faire une différence positive dans la vie des gens qui nous anime et nous motive à en faire toujours plus.

Nous sommes d'avis qu'en tant que l'un des 25 plus importants groupes du domaine de la communication au monde, nous nous devons de laisser une empreinte positive, d'ajouter notre touche de couleur partout où nous passons. Et c'est ce que nous nous efforçons de faire constamment, tant auprès de nos clients qu'auprès des organismes avec lesquels nous nous engageons.

Ainsi, nos 550 employés, aux quatre coins de l'Amérique du Nord et de l'Europe, sont heureux d'avoir offert plus de 6 000 heures de travail *pro bono* au cours de l'année 2017. Pour nous, c'est bien plus qu'une simple question d'agir en bon citoyen corporatif; c'est notre façon de redonner collectivement à notre milieu.

# VUE D'ENSEMBLE

**En 2017, nous avons continué à investir dans les personnes et leurs compétences notamment grâce à nos Prix d'excellence (page 5), notre programme de formation, L'Institut (page 8), et un engagement renouvelé envers la parité hommes-femmes, comme nouveau membre du 30% Club (page 10).**

Ces efforts et bien d'autres ont été reconnus par la remise de plusieurs prix de milieu de travail d'exception. AXON UK et Madano se sont distingués parmi les *UK's Best Workplaces™* le bureau de NATIONAL à Toronto a été primé avec le *Morneau Shepell Employee Recommended Workplace Award*; et aux États-Unis, AXON et SHIFT ont été nommés *Top places to work* par le PR News Group.

Bien que notre réseau ait une portée internationale, nous sommes manifestement des partenaires et membres actifs au sein de nos communautés. Dans l'ensemble, la Firme a dévoué plus de **6 000 heures pro bono à quelque 130 organismes en 2017 (pages 14 et 15)**. Nos comités locaux de responsabilité corporative oeuvrent au fil des saisons pour donner vie à notre engagement social et environnemental, en soutenant des organismes pour jeunes et aînés, des banques alimentaires ou des causes qui mettent en valeur la diversité et la culture. Vous trouverez **une série de portraits de notre implication locale et de nos initiatives vertes aux pages 16 à 37**.

Nous sommes fiers des efforts considérables que nous avons consacrés afin de réduire notre empreinte écologique. Nous y sommes parvenus en recyclant papier, contenants, piles et autres équipements électroniques, en compostant les matières qui s'y prêtent, là où la chose est possible, ainsi qu'en réduisant notre utilisation de consommables de toutes sortes grâce, notamment, aux progrès des échanges financiers et documentaires électroniques.

De toute évidence, on découvre de maintes façons d'apporter une touche de couleur à nos communautés quand la créativité et la passion sont au rendez-vous.



550  
EMPLOYÉS



31 LANGUES  
PARLÉES



PLUS DE 40%  
DES ASSOCIÉS  
SONT DES FEMMES



67% DU PERSONNEL  
SONT DES FEMMES

88%

DES EMPLOYÉS RECOMMANDERAIENT  
LA FIRME COMME UN ENDROIT OÙ IL  
FAIT BON TRAVAILLER DANS LEUR  
DOMAINE (SONDAGE 2016)



6,000 HEURES *PRO BONO* DANS  
NOS COMMUNAUTÉS EN 2017



41 ANS  
DE SERVICE



2017 BEST WORKPLACES IN  
THE U.K. (AXON ET MADANO)



MORNEAU SHEPELL EMPLOYEE  
RECOMMENDED WORKPLACE  
AWARD (NATIONAL À TORONTO)



PRNEWS' 2017 TOP PLACES TO  
WORK IN PR (AXON À NEW YORK  
ET SHIFT COMMUNICATIONS)



QUINZE SUR QUINZE BUREAUX:

AVEC DES PROGRAMMES DE RECYCLAGE DE  
PAPIER, DE CANETTES ET DE BOUTEILLES

AVEC UN PROGRAMME DE RECYCLAGE  
DES PILES

AVEC UN PROGRAMME DE RECYCLAGE  
DES CARTOUCHES D'ENCRE

AVEC UN PROGRAMME DE RECYCLAGE  
DES ÉQUIPEMENTS TECHNOLOGIQUES

PLUS DE LA MOITIÉ DE NOS  
BUREAUX PRATIQUENT LE  
RECYCLAGE ORGANIQUE.

# INVESTIR DANS LES GENS

**De nombreuses études démontrent que plus la diversité et l'inclusion sont présentes au sein d'une compagnie, plus cette compagnie connaît du succès. Bien que notre Firme n'ait pas encore tout à fait atteint ce but, nous pouvons affirmer fièrement que nous nous en approchons.**

Par exemple, à l'heure actuelle, nos collègues d'AVENIR GLOBAL parlent 31 langues, puis 67 % de notre personnel et 40 % de nos associés sont des femmes.

La diversité de points de vue, le respect, la créativité et la collaboration sont des mots-clés utilisés par des clients dans des enquêtes de satisfaction pour décrire la culture au sein de la Firme.

L'effet global du travail d'équipe produit en fin de compte une culture et un ton positifs qui nous permettent d'obtenir les meilleurs résultats pour nos clients. Dès l'instant où une personne se joint à la Firme, la démarche continue de notre part pour créer une main-d'œuvre diversifiée et un milieu de travail inclusif s'entame. Cette démarche se concrétise au moyen de programmes rigoureux d'accueil et de perfectionnement professionnel auxquels chaque nouvel employé participe afin de mieux connaître ses collègues et les programmes du bureau de leur région, ainsi que ceux des autres bureaux d'AVENIR GLOBAL aux quatre coins de la planète.

Nous continuons de mettre au point et de parfaire nos pratiques pour veiller à ce que notre entreprise, notre culture, nos bureaux et notre employés reflètent la société telle qu'elle est aujourd'hui. Chez AVENIR GLOBAL, nous croyons que la meilleure façon d'attirer et d'inspirer des gens d'une qualité remarquable est d'investir dans nos employés et d'inspirer les autres à le faire, notamment en remettant des prix d'excellence à nos employés, en offrant des possibilités de formation continue et en promouvant le leadership LGBT et le leadership des femmes au moyen de commandites externes et de partenariats communautaires.

## PRIX D'EXCELLENCE

AVENIR GLOBAL a souligné la contribution exceptionnelle en 2017 de 29 employés en leur remettant un Prix d'excellence. La Firme amorce chaque année en présentant les Prix d'excellence aux employés dont le travail vient renforcer les valeurs et la vision d'AVENIR GLOBAL, promouvoir le développement de la Firme et soutenir sa position de chef de file des relations publiques. Nommés par leurs collègues, les lauréats sont récompensés pour leurs réalisations exceptionnelles dans cinq catégories lors de cérémonies locales tenues en janvier et février dans l'ensemble du réseau.

# LES LAURÉATS 2017 SONT :



## PRIX ENGAGEMENT ET COLLABORATION

Chantal Benoit  
(NATIONAL Montréal)

Candice Bruton  
(NATIONAL Toronto)

Jennifer Herman  
(AXON New York)

Natalie Jiricny  
(AXON Londres)

Kira Scharwey  
(Madano)

Shivani Shanmuganathan  
(AXON Londres)

Jessica Shibasaki  
(NATIONAL Vancouver)

Pascale Soucy  
(NATIONAL Québec)

Kristi Strowbridge  
(NATIONAL Halifax)

## PRIX GESTION ET DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES

Nell Crichton  
(NATIONAL Toronto)

Michelle Coates Mather  
(NATIONAL Ottawa)

Alexandre Dumas  
(NATIONAL Montréal)

Pete Rizzuto  
(AXON New York)

Andy Scott  
(AXON Copenhagen)

Karley Ura  
(AXON Londres)

Michelle Ward  
(NATIONAL Vancouver)

## PRIX SOUTIEN À L'ÉQUIPE CONSEIL

Frédéric Daneault-Duguay  
(NATIONAL Montréal)

Scott Rollins  
(NATIONAL Toronto)

Natalie Tuppen  
(AXON Londres)

## PRIX MODÈLE DE LEADERSHIP VISIONNAIRE

Julien Baudry  
(NATIONAL Montréal)

Lucy Hagger  
(AXON Londres)

Annie Perkins  
(SHIFT Boston)

Eliza Wojcik  
(NATIONAL Toronto)

## PRIX INNOVATION

Sarah Bannoff  
(AXON Londres)

Ellie Bramah  
(NATIONAL Halifax)

Michel Lacroix  
(NATIONAL Montréal)

Sarah McNeil  
(NATIONAL Toronto)

Christopher S. Penn  
(SHIFT Boston)

Chaque année, la Firme présente aussi des prix de reconnaissance internationaux soulignant les réalisations exceptionnelles d'employés.

### PRIX LUC-BEAUREGARD

Dédié à la mémoire de notre président-fondateur, ce prix a été décerné à notre collègue Chantal Benoit, directrice, Relations consommateurs au bureau de Montréal. Pilier de l'équipe Marketing avec ses 15 ans au sein de la Firme, Chantal est une professionnelle qui mène ses équipes de façon efficace et avec diplomatie. Elle déplace des montagnes pour livrer au-delà de ce qui est attendu d'elle, et ce, mandat après mandat. De sa nomination, un collègue d'un autre bureau a écrit : « Chantal est merveilleuse. Elle est toujours prête à se porter volontaire pour de nouvelles tâches et lorsqu'elle s'y met, elle n'y va pas de main morte! Au sein du réseau, elle est la personne par excellence à qui demander quand il est question d'accomplir quelque chose à Montréal en plus d'être, sans l'ombre d'un doute, la personne la mieux organisée de toute la Firme. »



### PRIX EFFET NATIONAL

Décerné à l'employé représentant le mieux les valeurs de la Firme selon les recommandations des associés directeurs, le Prix effet NATIONAL a été présenté à Sam Barnes, directeur au bureau londonien d'AXON. Sam incarne nos valeurs. Il est un conseiller stratégique talentueux, un membre émérite de l'équipe d'AXON, ainsi qu'un leader et porte-parole chevronné de la Firme. Il pense également en couleurs. Miranda Dini, associée directrice, a dit à son sujet : « Tous les collègues du réseau apprécient le positivisme de Sam et s'entendent pour dire qu'il s'efforce en tout temps de collaborer pour trouver la meilleure approche d'équipe qui mettra toujours les intérêts de la Firme au premier plan, et ce, dans tout ce qu'il entreprend. Il s'efforce souvent de trouver les meilleures solutions pour que les communications soient intégrées à toutes nos activités. »



## L'INSTITUT

**AVENIR GLOBAL se démarque des autres cabinets de communication par son engagement à favoriser une culture d'apprentissage. L'objectif de L'Institut est d'offrir des occasions d'apprentissage multi-plate-forme à la fine pointe de la technologie à l'ensemble des employés du réseau. Plus de 1 500 d'entre eux ont suivi des cours fournis par L'Institut depuis le lancement en 2001. Aujourd'hui, nous continuons d'explorer les nouvelles possibilités pour satisfaire la curiosité des membres du personnel en liant ces activités à leur évaluation de rendement au moyen du Passeport de formation.**

***Tous les programmes de formation de la Firme – à l'échelle du réseau ou localement – sont offerts sous les auspices de L'Institut.***

À L'Institut, nous reconnaissons que l'apprentissage peut prendre diverses formes, qu'il s'agisse de séances en équipe, d'initiatives autodirigées ou de cours formels. La pierre angulaire de notre programme de développement professionnel est le Passeport de formation qui aide nos employés à suivre leur progrès et à le mesurer en fonction de leurs objectifs personnels établis en début d'année. Le programme de développement professionnel de L'Institut comporte les éléments suivants :

#### **L'APPRENTISSAGE FORMEL, DANS L'ENSEMBLE DU RÉSEAU**

Nous offrons des séances de formation par invitation à l'ensemble des employés de la Firme, dont notre série de webinaires Regard neuf; les programmes L'Institut 101 et 201 pour les nouveaux employés et les conseillers chevronnés; notre formation sur notre Modèle de leadership visionnaire phare (MLV); et finalement, notre programme d'immersion en technologies de marketing 2.0.

#### **PROGRAMME DE BUREAU LOCAL**

Qu'il s'agisse de conférences sur l'heure du lunch, de rencontres en équipe ou par champs de pratique, ou de visites de conférenciers, les employés de chaque bureau ont l'occasion d'approfondir une gamme de sujets, renforçant le partage de notre expertise en réponse aux besoins et intérêts locaux.

#### **APPRENTISSAGE AUTODIRIGÉ**

Nous invitons les employés à élargir leurs connaissances par des activités autodirigées telles que des webinaires de l'industrie, des baladodiffusions et des lectures ciblées propres à leur secteur. Notre série de bulletins « Pour en savoir un peu plus » aborde un thème tous les mois, permettant de partager des références commentées par les leaders de la Firme. La Firme offre un nombre limité de licences individuelles d'accès à des milliers de vidéos pour mettre à jour les compétences en affaires, en créativité et en technologie, accessibles 24 heures sur 24 depuis l'ordinateur du bureau ou sur mobile, via [Lynda.com](http://Lynda.com).

#### **MENTORAT OU COACHING INDIVIDUEL**

Nous reconnaissons que le mentorat est un partenariat précieux pour recevoir une rétroaction constructive et pour développer le leadership au sein de la Firme. Un programme officiel de mentorat est en place dans les bureaux de Montréal et de Toronto, lequel jumelle des conseillers à des personnes occupant un emploi de niveau supérieur. Des programmes de mentorat et de coaching individuel ponctuels sont aussi reconnus dans le Passeport de formation des personnes mentorées.

#### **COURS À L'EXTERNE**

Les employés comptant plus d'un an de service qui s'inscrivent à des cours ou à des programmes liés à leur pratique professionnelle peuvent se voir rembourser jusqu'à 100 % de leurs frais de scolarité (jusqu'à concurrence de 1 000 \$ par année), sous réserve de l'approbation de leur associé directeur.

# AVENIR GLOBAL DEVIENT MEMBRE DU 30% CLUB

Le 30% Club croit que l'équilibre entre les sexes au sein des conseils d'administration encourage non seulement un meilleur leadership et une meilleure gouvernance, mais que cette diversité contribue également à améliorer la performance globale des conseils d'administration et à accroître le rendement des entreprises et de leurs actionnaires.

La mission du 30% Club est de développer un bassin de talents diversifié pour toutes les entreprises grâce aux efforts de ses membres, qui travaillent pour assurer un meilleur équilibre entre les sexes à tous les niveaux de leurs organisations. Le leadership des entreprises est la clé de sa mission, et nécessite de traiter cet enjeu dans le cadre global de la gestion des talents.

C'est une conversation essentielle qui a lieu dans les organisations en ce moment. Nous croyons que c'est un engagement important. Cette adhésion de la Firme au 30% Club est essentielle à nos efforts de développement de notre équipe et de nos talents, mais elle nous permet aussi de montrer l'exemple à nos clients et de célébrer nos réussites en matière de diversité.

**Le 30% Club est une campagne collaborative et dirigée par les entreprises pour aider à accélérer les progrès vers un meilleur équilibre entre les sexes à tous les niveaux des organisations.**

Le 30% Club ne pense pas que les quotas obligatoires soient la bonne approche. Il favorise plutôt une approche volontaire afin de réaliser un changement significatif et durable.



### LA PUISSANCE DU RÉSEAUTAGE

Bien avant la vague déferlante dont nous sommes tous témoins, de jeunes femmes visionnaires ouvraient la voie au nouveau leadership des professionnelles du monde des affaires. Patiemment, elles ont tissé des liens qui leur permettent aujourd'hui de siéger à des conseils d'administration et de viser la direction des entreprises.

Depuis plus d'une décennie, notre collègue Julie-Anne Vien, associée, noue des liens privilégiés avec de nombreuses femmes engagées dans la communauté d'affaires de la grande région de Québec. Ensemble, elles ont fait une différence, tant au sein de leur entreprise qu'auprès d'organisations phares qui croyaient en elles. Aujourd'hui, toutes ces femmes se retrouvent au sein d'instances dirigeantes et participent aux grands changements qui façonnent notre quotidien.

Notre collègue Joëlle Boutin travaille tout aussi activement à mettre les compétences des femmes à l'avant-plan. C'est par l'entremise de la fondation **Femmes Alpha** que sa détermination a été mise en lumière. Selon Joëlle, des programmes comme **le Leadership au féminin** de la Chambre de commerce de Québec ont un impact significatif sur la confiance des femmes en permettant de créer des liens qui les aident à se distinguer au sein de la communauté d'affaires. L'effet est concret, hyper pertinent et exponentiel.

Le leadership visionnaire des femmes est une réalité appelée à donner une nouvelle couleur aux décennies à venir.

### SÉRIE WOMEN INSPIRING LEADERS

**Un matin, une ministre importante du Conseil des ministres de l'Ontario a partagé des anecdotes de sa vie en tant que femme élue, alors qu'une journaliste en croisade racontait à l'équipe réunie les injustices qu'elle avait révélées lorsqu'elle menait un reportage sur des femmes victimes d'agressions sexuelles.**

À l'occasion d'une autre séance, une PDG chevronnée a fait une rétrospection sur sa vie afin de partager un sage conseil : « Abandonnez votre sentiment de culpabilité et le désir de contrôler votre vie de famille. Vos enfants vous aimeront toujours ».

Ces séances ont eu lieu dans le cadre de la série de NATIONAL à Toronto intitulée « Women Inspiring Leaders » (WIL) sur les femmes dirigeantes et inspirantes. Tous les deux à trois mois, des clientes, amies, et collègues féminines, dont l'une a même amené sa jeune fille, sont conviées à un déjeuner auquel viennent se joindre des dirigeantes provenant des domaines de la politique, des médias, du droit ou du secteur universitaire ou de la vente au détail afin de parler de leurs vies, raconter des histoires et inspirer les autres.

La série a commencé sans surprise par une conversation entre plusieurs femmes chez NATIONAL à Toronto qui désiraient organiser des événements pour les femmes, par des femmes, avec des femmes.



---

Partout au pays, il y a maintenant une masse critique de femmes qui travaillent chez NATIONAL : **67 % du personnel et 40 % des associés sont des femmes**. À Toronto, elles surpassent les hommes.

De nombreuses idées ont été échangées, et la décision ultime s'est arrêtée sur la tenue d'un événement récurrent pour présenter des femmes dirigeantes. L'équipe a réfléchi au public cible de ces événements et a conclu que pour l'instant, seules les femmes seraient invitées. Elles ont discuté du type d'histoires qu'elles aimeraient entendre, de leur désir d'être inspirées.

Et elles ont eu ce qu'elles voulaient. La série WIL connaît un succès retentissant. WIL fonctionne parce que l'événement demeure simple et intéressant. Chaque séance se compose d'un programme de 90 minutes bien rodé : 30 minutes réservées au réseautage et au déjeuner, avant de poursuivre sur la période consacrée à la conversation et aux questions.

La planification, la sélection des invités et les efforts de création nécessaires pour organiser un seul de ces déjeuners exigent un engagement et de nombreuses heures de travail de la part de tout le bureau. À chaque déjeuner, des cartes postales ludiques sont conçues pour présenter les conférencières et donnent quelques renseignements sur leur personnalité et leur passé. L'image de marque est devenue si connue des clients et des invités que l'excitation est palpable avant un événement. Chez NATIONAL, le jeu en vaut la chandelle. Dans une culture du #MoiAussi et du mouvement #TimesUp, il est important d'entendre parler des femmes dirigeantes, d'apprendre d'elles et de célébrer leurs réussites.



## INVESTIR DANS LES COMMUNAUTÉS

Même si nous avons une portée internationale, nous appartenons à des écosystèmes économiques locaux et nous travaillons avec les entreprises et les fournisseurs locaux lorsque c'est possible. Nous jouons également un rôle dans le développement social où nous travaillons. Nous soutenons des causes qui sont importantes pour nos employés et nos communautés en déployant des efforts pour la collecte de fonds, des campagnes de bénévolat ainsi qu'en offrant des services *pro bono*.

Pour la seule année 2017, nous avons consacré près de 6 000 heures *pro bono* à quelque 130 organismes à but non lucratif œuvrant dans nos communautés. Nous sommes fiers d'avoir appuyé des projets de tous secteurs, notamment les services sociaux et de santé, l'éducation et l'apprentissage, l'art et la culture, sans oublier les organismes pour jeunes et d'âinés. Nous avons noué des relations significatives et durables avec certains organismes tout au long de notre histoire et sommes toujours heureux de nouer de nouvelles relations avec des gens qui travaillent pour changer les choses. **Pour une liste complète des projets *pro bono*, voir les pages 14 et 15.**

Donner fait partie intégrante de la vision d'AVENIR GLOBAL. En plus de ce que nous faisons en tant qu'entreprise, nous encourageons nos employés à faire du bénévolat pour leur propre compte et à soutenir des causes qui leur tiennent à cœur afin de faire de leurs communautés un meilleur endroit pour vivre pour tous.

Partout où nous faisons des affaires, nous nous efforçons de faire des contributions positives dans nos communautés.

**A**

Age UK - The Silver Line  
 AIESEC Canada  
 Alliance des cabinets de relations publiques du Québec  
 Art of City Building Conference (AoCB) - Halifax  
 Association des MBA du Québec  
 Association internationale pour la participation publique (IAP2)

**B**

BC Centre for Ability  
 Bill Brooks Prostate Cancer Foundation  
 Brigadoon Village  
 BURG Classic Charity Hockey Tournament  
 Business Council of British Columbia

**C**

Camp Nejeda Foundation  
 Canadian Mental Health Association (CMHA) Nova Scotia Division  
 Centraide du Grand Montréal  
 Centrepoint

CFA Society Montreal  
 Children's Aid Foundation of Canada  
 Code for Canada  
 Collège François-de-Laval  
 Concern Worldwide  
 Connector Program - Halifax  
 Conseil des entreprises en technologies environnementales du Québec (CETEQ)

**D**

Dalhousie University  
 Defi Canderel  
 Doors Open Halifax

**E**

Earth Day Network  
 East Coast Energy Conference  
 East Coast Energy Connection  
 East Coast Music Awards (ECMA)  
 East Preston Empowerment Academy (EPEA)  
 Eastern PA Chapter of the National Hemophilia Foundation  
 École nationale de théâtre du Canada

**F**

Family-to-Family  
 Fillactive (organisme à but non lucratif)  
 FitzRoy  
 Fondation du Grand Montréal  
 Fondation evenko  
 Fondation Jacques Bouchard  
 Fondation Les Amis de Samuel  
 Fondation Maison Gilles-Carle  
 Fondation Pointe-à-Callière  
 Fondation pour l'alphabétisation  
 FORCE (Fundy Ocean Research Centre for Energy)  
 Forum des affaires mondiales  
 FSH Society

**G**

Galerie Antoine Ertaskiran

**H**

Halifax Pop Explosion  
 Halifax Regional Municipality  
 Healthcare Communications Association (HCA)  
 Heartwood  
 HopeForHirtle  
 Charity Concert

**I**

Innovacorp (MIT Mentorship)  
 Institute for Ocean Research Enterprise (IORE) / Centre for Ocean Ventures and Entrepreneurship (COVE)  
 International Association of Business Communicators  
 It Takes a Village  
 IWK Health Centre

**J**

Jack.org  
 Junior Achievement of Nova Scotia

**L**

La bibliothèque des jeunes de Montréal  
 La Dauphinelle  
 La Fondation CEPA  
 La Fondation de la Gendarmerie royale du Canada (GRC)  
 Lawn Summer Nights (Cystic Fibrosis Canada)  
 Le Cercle Finance et Placement du Québec (CFPQ)  
 Le Monastère des Augustines  
 Les Canadiennes de Montréal  
 Les impatients  
 Low Carbon Vehicle Partnership

**M**

Macmillan Cancer Support  
 MACS  
 MetroWorks  
 Mount Saint Vincent University  
 Mouvement UNIS  
 MU

**N**

National Science  
 and Technology  
 Development Agency  
 Nova Scotia Community College  
 Nova Scotia Nature Trust  
 Nova Scotia Provincial  
 Volunteer Awards  
 Nova Scotia Regional Tennis  
 Development Association

**O**

Offshore Energy  
 Research Association  
 of Nova Scotia (OERA)  
 Ontario Chamber  
 of Commerce (OCC)  
 Ordinateurs pour  
 l'excellence Canada  
 OSPREY 5K Run/Walk  
 Ottawa Food Bank  
 Outside Looking In

**P**

Painting a Picture of  
 Mental Health Event:  
 Canadian Mental  
 Health Association  
 Pennecon  
 Phoenix Centre For Youth  
 Place des aînés de Laval  
 Play4TheCure –  
 National Foundation  
 for Cancer Research  
 Public Policy Forum Atlantic

**Q**

QEII Foundation

**R**

Relations publiques  
 sans frontières  
 Réseau Action TI  
 RESOLVE  
 Ronald McDonald  
 House Charities (RMHC)  
 of Eastern New England

**S**

Sacred Heart  
 School of Halifax  
 Saint John Region  
 Chamber of Commerce

Scotiabank Blue  
 Nose Marathon  
 Second Harvest  
 Seniors Secret Service  
 Société canadienne des  
 relations publiques (SCRIP)  
 Société Canadienne du Cancer  
 Société de l'arthrite  
 Société de recherche  
 sur le cancer  
 Société des designers  
 graphiques du Canada  
 Société québécoise  
 des professionnels  
 en relations publiques  
 State of the Province  
 (Nova Scotia)  
 Strike Out Diabetes –  
 Find the Cure:  
 Juvenile Diabetes

**T**

Tall Ships Festival  
 The 519 Church  
 Street Community Centre  
 The B.C. Society for the  
 Prevention of Cruelty  
 to Animals  
 The Brain Tumour Charity  
 The Jacob Puddister  
 Memorial Foundation

The Leukemia & Lymphoma  
 Society of Canada  
 The Lung Association Ontario  
 The MAGIC Foundation  
 The Maritimes  
 Energy Association  
 The Minerva Foundation  
 for BC Women  
 The Roméo Dallaire  
 Child Soldiers Initiative  
 The Royal Trinity Hospice  
 Toronto Region  
 Board of Trade  
 Turning Point  
 Recovery Society

**V**

Voile Canada

**W**

Weber Street Shelter  
 Women in Mining  
 Canada (WIMC)  
 Wood Buffalo  
 Environmental  
 Association (WBEA)

**Y**

YMCA of Greater  
 Halifax/Dartmouth  
 YWCA Québec

# PORTRAITS DE NOTRE ENGAGEMENT PAR BUREAU

Cette année, les équipes de responsabilité corporative à travers le réseau vous proposent des aperçus des contributions sociales et environnementales qui leur tiennent à coeur. Nous espérons que la mosaïque d'engagement et de créativité qui en résulte inspirera d'autres acteurs à s'engager, comme dans le cas de la campagne **30 for 30** à la page 30.

Tous les bureaux d'AVENIR GLOBAL doivent se conformer à la Politique de responsabilité corporative, qui s'articule autour de quatre champs d'action clés dans lesquels nous croyons pouvoir avoir le plus grand impact : les comportements éthiques, l'investissement social, la performance environnementale et le développement du capital humain. Le groupe des Affaires corporatives donne corps à la Politique par l'établissement d'objectifs, l'évaluation de la performance et l'implantation de mesures d'amélioration continue. Les employés contribuent à son essor en l'appliquant dans leurs activités quotidiennes.



Bénévolat à la  
West End House  
(SHIFT Boston)



# BC CENTRE FOR ABILITY

Plus d'un demi-million de personnes de la Colombie-Britannique déclarent avoir une incapacité. Pendant près de 50 ans, le **BC Centre for Ability (BCCFA)** a fourni des services communautaires qui améliorent la vie des enfants, des jeunes et des adultes vivant avec des incapacités ainsi que celle de leurs familles en favorisant l'acquisition de compétences et l'inclusion dans toutes les sphères de la vie.

Au cours des deux dernières années, Marjoly Dimapilis, de l'équipe de NATIONAL à Vancouver, a donné bénévolement son temps en tant que conseillère aux communications et aux relations médias pour le gala annuel du **BCCFA**, intitulé « Dining for Dreams ». Cet événement souligne les « héros de la capacité », soit cinq personnes exceptionnelles bénéficiaires des services du Centre qui ont fait preuve de résilience dans leur vie de tous les jours et qui inspirent les autres à viser les étoiles.

Les contributions de MJ au gala comprennent:

---

l'organisation et l'élaboration du programme de l'événement

---

la rédaction et l'édition du contenu du site Web

---

le soutien aux relations avec les médias

---

la création de contenu pour les médias sociaux

---

l'aide sur le site lors de l'événement

---

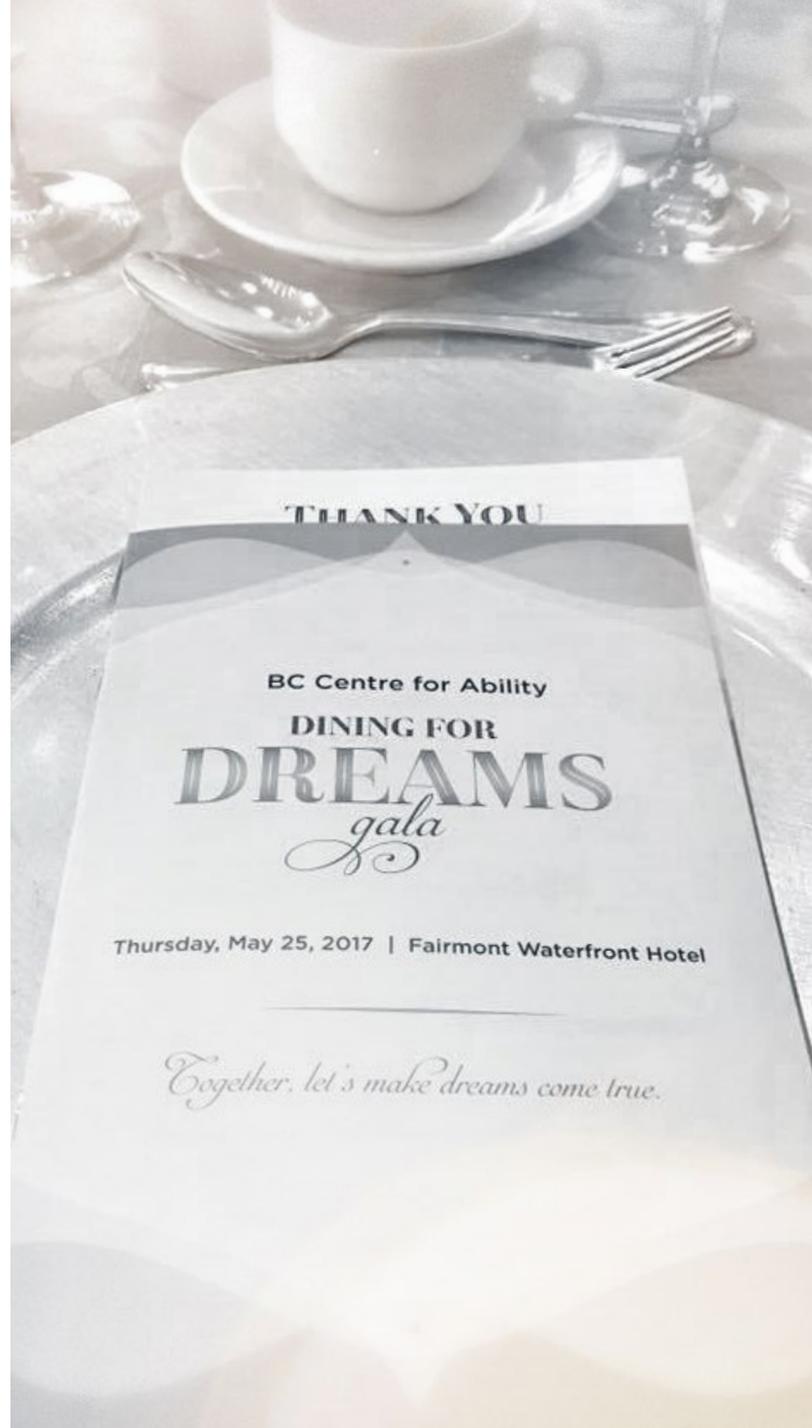
Le lien entretenu avec le **BCCFA** touche personnellement MJ. La nièce de cette dernière, Sadie, est née avec le syndrome de Prader-Willi (SPW), un trouble génétique rare qui touche environ une naissance sur 15 000. Les symptômes du SPW comprennent un appétit irrégulier, des retards du développement et un faible tonus musculaire. Il n'existe aucun remède à l'heure actuelle.



L'équipe du BCCFA a été en mesure de donner à Sadie et à sa famille les ressources et le soutien nécessaires pour lui offrir des chances de succès. MJ est extrêmement fière de Sadie, une petite fille inspirante de 11 ans qui a toujours su surmonter les défis auxquels elle est confrontée.

#### INITIATIVE VERTE

L'équipe de Vancouver continue d'adopter une vue d'ensemble de l'empreinte de l'équipe sur l'environnement local. Le bureau participe à un programme de recyclage exhaustif qui aide à garantir que tout produit réutilisable ait une seconde vie après qu'un employé l'a utilisé. L'équipe est très consciente de son empreinte carbone et presque tout le personnel se rend au travail chaque jour en marchant ou en utilisant le transport en commun rapide, l'autobus, voire le traversier.



# LUTTER CONTRE L'ITINÉRANCE & BRISER L'ISOLEMENT

Que ce soit en partageant son expertise ou en appuyant un organisme de bienfaisance local, NATIONAL a su beaucoup donner aux gens de Calgary en 2017.

Cette année, l'équipe de Calgary a continué de tisser des liens avec la collectivité dans le cadre de la campagne **RESOLVE**, un projet visant à régler le problème de l'itinérance à Calgary. Les membres de l'équipe ont fourni du soutien en matière de relations avec les médias et de rédaction tout au long de l'année, en particulier dans le cadre des annonces clés portant sur la campagne et les événements.

À l'arrivée du temps des Fêtes, l'équipe s'est jointe au groupe local **Seniors Secret Service of Alberta**, lequel dirige un programme chaque mois de décembre afin de jumeler des bénévoles à des personnes âgées isolées dans la collectivité. Les personnes âgées visées par le programme vivent dans des établissements de soins de longue durée ou dans leur propre résidence de manière autonome, mais sans la présence d'amis ni membres de la famille pour leur offrir soutien et compagnie. Chacune de ces personnes dresse une liste de souhaits qui égaieraient son temps des Fêtes, des articles de vêtements aux friandises spéciales, en passant par des nécessités telles que des billets de transport en commun ou du savon et des bas.

The logo for RESOLVE, featuring the word in a bold, sans-serif font with a stylized arrowhead pointing to the right at the end of the letter 'E'.

**RESOLVE**

---

L'équipe de Calgary a « adopté » douze participants afin d'exaucer leurs vœux. Après quelques semaines et de nombreuses excursions pour faire les magasins lors des pauses dîner, l'équipe s'est réunie pour envelopper les cadeaux « secrets ».

#### **MAINTENIR LE CAP SUR LE VIRAGE VERT À CALGARY**

Au lieu de concentrer tous ses efforts sur un seul projet isolé, l'équipe de Calgary a pris des mesures successives vers un avenir plus écologique et durable tout au long de 2017:

Veiller à ce que toutes les imprimantes de bureau soient automatiquement réglées à imprimer en recto verso pour réduire le gaspillage de papier et rappeler constamment aux employés de réfléchir avant d'imprimer

---

Conserver l'eau qui reste après les réunions internes et avec les clients, et l'utiliser pour arroser les plantes dans l'ensemble du bureau

---

Fournir des installations de recyclage et de compostage faciles à utiliser pour le bureau afin d'encourager les employés à faire le choix le plus écologique lorsqu'ils jettent des déchets

---

Fournir aux employés un distributeur d'eau filtrée afin de promouvoir l'utilisation de contenants écologiques et de diminuer l'utilisation de gobelets jetables

---



# À CHAQUE FORME D'ENGAGEMENT SA TOUCHE DE COULEUR

## COLLECTES DE FONDS

Pour une deuxième année consécutive, **Second Harvest**, un organisme qui recueille et redistribue de la nourriture aux quatre coins de la ville, a pu compter sur notre bureau. Divisés en quatre équipes se faisant concurrence pour voir laquelle vendrait le plus de billets, les participants du bureau ont amassé un total de 3 276,25 \$.

En novembre, les membres de l'équipe de la comptabilité de notre bureau de Toronto ont amassé des fonds pour **Centraide** en participant à l'ascension de la Tour CN.

## BÉNÉVOLAT

Comme le veut la tradition des dernières années, une équipe du bureau a offert du temps bénévolement lors de la célébration annuelle du temps des Fêtes de la **Children's Aid Foundation of Canada**. Nos bénévoles ont servi de la nourriture et partagé la joie des Fêtes avec les enfants et les familles pris en charge dans le système de protection de la jeunesse. Ils ont également eu la chance de guider les enfants dans le choix de cadeaux parmi les généreux dons de jouets et autres articles – une expérience qui a illuminé le visage de tous les participants.

## PLUSIEURS DE NOS COLLÈGUES DONNENT AUSSI DE LEUR TEMPS AU SEIN DE CONSEILS ET D'ORGANISMES :

**Rick Murray** siège au conseil d'Ordinateurs pour l'excellence Canada, un organisme qui remet à neuf et redistribue des appareils technologiques à des communautés, des écoles et des centres de formation mal desservis.

**Michael Mahoney** fait du bénévolat pour AIESEC Canada et AIESEC York, voués au développement de la prochaine génération de leaders respectueux de l'éthique et sensibles aux enjeux mondiaux. Il siège au comité consultatif d'AIESEC York et agit comme mentor.

**D'arci McFadden** siège au conseil de Jack.org. Elle est fière d'aider cet organisme à poursuivre ses efforts en matière de santé mentale des jeunes.

**Kate Krivy** agit comme bénévole de ligne d'écoute sur une base hebdomadaire pour le service de soutien en santé mentale du Toronto Distress Centre.

**Shannon Davidson** est membre du groupe de bénévoles It Takes a Village, qui parraine trois familles venues de Syrie. Elle est aussi bénévole au sein de l'organisme Burning Bliss, qui soutient les femmes ayant vécu de la violence familiale.

**Joanna Wilson** est bénévole et siège également au conseil d'administration de la Société de recherche sur le cancer ainsi qu'au conseil de commercialisation de l'Association pulmonaire de l'Ontario.

**Aissel Crichlow** a participé à des courses au profit de divers organismes : Lighthouse for Grieving Children, Olympiques spéciaux Canada et Propeller Project, qui soutient des partenaires communautaires comme Scientists in School, Ecosource et ACCES Employment.



*Des membres de l'équipe partagent la joie du temps des Fêtes lors de la célébration annuelle de la Children's Aid Foundation of Canada.*

**PRO BONO***The 519*

En 2017, NATIONAL à Toronto a renouvelé son soutien auprès de **The 519**, un espace LGBTQ militant pour le changement, en gérant les relations avec les médias et en offrant du soutien sur place dans le cadre de Starry Night, l'événement d'ouverture du Green Space Festival. Le Green Space Festival permet d'amasser les fonds nécessaires au bon fonctionnement des programmes tout au long de l'année. Cette année, NATIONAL a généré 26 661 100 impressions en assurant des relations proactives avec les médias par une couverture au sein de plusieurs publications de premier plan, en plus de faire la une du magazine NOW en compagnie des populaires vedettes de la RuPaul's Drag Race. L'équipe a aussi contribué à l'accueil de la première ministre de l'Ontario, Mme Kathleen Wynne, ainsi qu'à celui d'autres leaders politiques et d'affaires lors de la réception tenue avant l'événement.

*Children's Aid Foundation of Canada*

En 2017, le bureau a établi un partenariat officiel avec la **Children's Aid Foundation of Canada** pour prendre en charge les relations avec les médias en soutien au lancement de Stand Up for Kids, la nouvelle sous-marque de financement de l'organisme visant le public. En collaboration avec la fondation, notre équipe a créé un plan médiatique et procédé au lancement de Stand Up For Kids auprès des médias à l'échelle nationale en septembre. NATIONAL a maintenu son appui par la suite, en aidant l'organisme à accroître sa visibilité par l'entremise d'entrevues auprès des médias locaux et nationaux dans l'ensemble du Canada. L'équipe se réjouit à l'idée d'apporter du soutien supplémentaire au besoin.

**PROJET VERT**

Le bureau tente de demeurer vert tout au long de l'année grâce à des projets écologiques. Il encourage les employés à se rendre au travail en transport en commun, en bicyclette ou à pied lorsque le temps le permet. De plus, afin de réduire au minimum l'usage du papier, les réglages des imprimantes sont ajustés par défaut à « impression recto verso ».

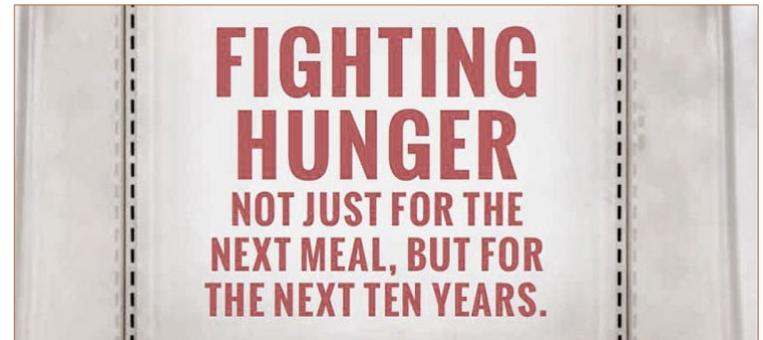


## PARTICIPER À LA LUTTE CONTRE LA FAIM À OTTAWA

En 2017, pour une deuxième année, le bureau d'Ottawa de NATIONAL a fourni un soutien en matière de communications et de relations publiques à la Banque d'alimentation d'Ottawa durant la période des Fêtes. Notre équipe a travaillé avec l'équipe de direction et de communications de l'organisme pour concevoir un message clair et inspirant dans le cadre de la promotion de la publication de son rapport sur le recours aux banques alimentaires, **Ottawa Hunger Report 2017: Fighting Hunger**.

Notre équipe a donc mis au point un plan intégré de relations publiques qui reliait les efforts de collecte de fonds traditionnelle de la Banque d'alimentation pour la période des Fêtes avec les demandes de son rapport en vue de provoquer des changements systématiques visant à aborder les causes fondamentales de la faim à Ottawa. Une fois ce plan en place, l'équipe a pu se mettre au travail afin d'obtenir des mentions dans les médias, d'organiser des entrevues et de fournir du soutien sur place à la Banque d'alimentation.

En plus de générer plusieurs mentions dans les médias, ces efforts ont surtout bien positionné la Banque d'alimentation et son directeur général, Michael Maidment, comme des chefs de file incontournables dans le domaine des politiques publiques de lutte contre la pauvreté.



### COURIR EN SOUTIEN AUX FORCES ARMÉES CANADIENNES

Une fois de plus, les membres de l'équipe ont enfilé leurs souliers de course pour participer au parcours de 5 km de la Course de l'Armée du Canada afin de recueillir des fonds en soutien aux vétérans, aux membres actifs des Forces armées et à leurs familles.

# MURALE HOMMAGE À LEONARD COHEN

Leonard Cohen avait déjà sa « Tower of Song ». Montréal, terre natale de l'artiste, a maintenant sa tour Cohen avec une murale de 10 000 pieds carrés qu'un duo d'artistes, El Mac et Gene Pendon, accompagné de 13 autres collègues et parrainé par l'organisme MU, a peinte à sa mémoire.

MU s'est adressé à NATIONAL pour l'accompagner dans la gestion des communications entourant le projet de murale en hommage à Leonard Cohen.

Peinte sur un mur de 21 étages, cette murale est très distinctement visible depuis le haut de l'observatoire du mont Royal ainsi que de la verrière du Musée des beaux-arts. Au moyen d'un plan de communication, de relations de presse ciblées en amont du dévoilement, d'un appui aux relations avec les parties prenantes et d'accompagnement pour la production d'une vidéo portant sur la réalisation de l'œuvre, NATIONAL a gracieusement partagé son expertise avec l'équipe de MU afin que l'organisme à but non lucratif, ainsi que son œuvre, reçoivent toute l'attention méritée.

L'équipe de NATIONAL Montréal est très fière d'avoir contribué au rayonnement de la 100<sup>e</sup> murale parrainée par l'organisme MU.



### LA BIBLIOTHÈQUE DES JEUNES DE MONTRÉAL : LA PETITE BIBLIOTHÈQUE QUI ACCOMPLIT DE GRANDES CHOSES

Fondée en 1929, la **Bibliothèque des jeunes de Montréal** (BJM) est l'une des plus anciennes bibliothèques financées par le secteur privé de Montréal. Au cours de ses 89 ans d'histoire, sa raison d'être est passée d'une simple offre de livres aux enfants à une offre de programmes et services novateurs pour les enfants et leurs familles dans les régions de Montréal où l'accès aux bibliothèques municipales n'est pas toujours présent. Depuis 2014, NATIONAL a joué un rôle important dans le développement continu de la BJM, plus particulièrement en soutenant ses objectifs de communication à long terme.

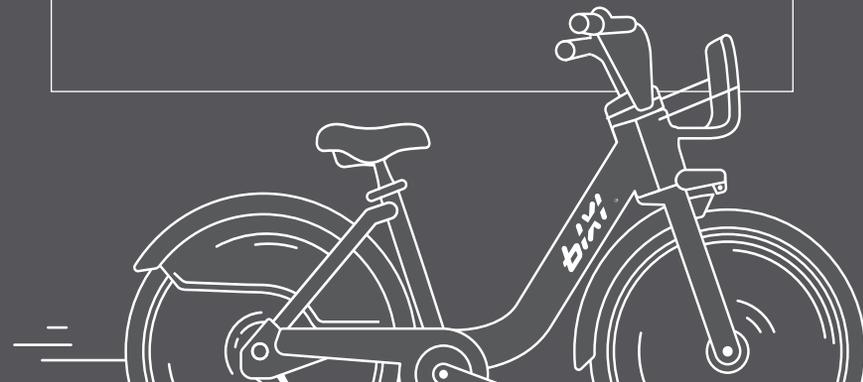
L'année 2017 a été importante pour cet organisme qui, malgré sa petite taille, a une grande influence. En raison d'un manque de fonds, la bibliothèque a été forcée de fermer deux de ses trois points de service, de sorte qu'il ne lui en reste qu'un seul pour desservir la collectivité. Au cours des semaines et des mois qui ont suivi, les membres de l'équipe de NATIONAL ont offert leur soutien à la bibliothèque dans le cadre des relations avec les médias et le gouvernement ainsi que des services de rédaction et de traduction afin de sensibiliser la collectivité aux problèmes financiers de l'organisme et de mettre en lumière l'importance de ce que fait ce dernier pour son milieu.

Ce tour de force afin d'aider la bibliothèque à survivre à l'une des périodes les plus difficiles de son histoire s'ajoute à l'aide que NATIONAL lui apporte déjà en temps normal. De plus, l'équipe a travaillé fort pour aider la BJM à assurer l'harmonisation des messages qu'elle diffuse sur ses plateformes, ainsi qu'en organisant bon nombre d'événements de collecte de fonds.

### PROJET VERT

En 2017, le comité vert a implanté le **programme BIXI** au sein du bureau montréalais de NATIONAL. La Firme a d'ailleurs offert une généreuse contribution afin que 20 personnes puissent profiter d'un rabais de 60 % par abonnement BIXI, en plus de faire l'acquisition de deux clés d'entreprise disponibles en tout temps pour l'ensemble des employés et des clients. De quoi encourager les déplacements verts!

De plus, le comité a mis sur pied un club de course qui compte une dizaine de participants. Les séances d'entraînement hebdomadaires ont lieu beau temps, mauvais temps. Le comité travaille également à la création de nouvelles activités stimulantes dont l'empreinte carbone sera nulle.

The BIXI logo is displayed in a white, stylized, italicized font within a white rectangular box. The letters are bold and modern, with a registered trademark symbol (®) to the right.

# OPÉRATION « MARCHANDS DE BONHEUR » RECORD

**Julie-Anne Vien, associée chez NATIONAL, continue de s'engager auprès des jeunes enfants défavorisés de la grande région de Québec par l'entremise de la Fondation Les Amis de Samuel, mise sur pied par sa famille en 2009.**

Durant la période des Fêtes, alors que la ville était encore endormie, une armée de bénévoles souriants a répondu à l'appel des **Amis de Samuel**, affluant au Métro Plus Beauport pour une opération « Marchands de bonheur » record et rodée au quart de tour.

La mission : remplir le frigo de 145 familles d'élèves défavorisés, provenant d'une quinzaine d'écoles primaires et secondaires de la grande région de Québec et se transformer en marchands de bonheur, l'espace d'un instant. Cet élan de générosité aura permis de rejoindre et d'appuyer près de 600 personnes avec la distribution de paniers de provisions d'une valeur de 250 \$ chacun.

## QUÉBEC MAINTIENT LA CADENCE !

L'équipe du bureau de Québec met de la couleur dans ses initiatives vertes! Les bonnes habitudes mises en place font de plus en plus d'adeptes. Nous pensons à recycler avant de jeter et nous partageons électroniquement nos documents avant de les imprimer. Que ce soit à l'heure du dîner en améliorant nos habitudes alimentaires, ou encore en utilisant les escaliers lorsque vient le temps de prendre une bouffée d'air, nous sommes tous sensibles aux efforts individuels et collectifs qui permettent de réduire notre empreinte environnementale. Le tout, afin de laisser à nos jeunes un monde en couleurs... et surtout vert!

*Sur la photo, de gauche à droite : Isabelle Tremblay, administratrice ; François Blais, ministre de l'Emploi et de la Solidarité sociale et député de Charlesbourg ; Marc Picard, propriétaire du Métro Plus Beauport ; Julie-Anne Vien et Jean-François Tremblay, respectivement administratrice et président de la Fondation Les Amis de Samuel, avec leur fils Noah Tremblay. (Crédit photo: Francis Bouchard)*



# PHOENIX HOUSE : LA CAMPAGNE 30 FOR 30

**L'organisme Phoenix House, situé à Halifax, en Nouvelle-Écosse, a été fondé en 1987. C'est un organisme sans but lucratif voué au soutien des jeunes de 11 à 24 ans, des familles et des communautés répartis dans la région de Halifax.**

En 2017, Phoenix House a célébré ses 30 ans d'activité. Cet anniversaire est à l'origine du projet 30 for 30 qui a été conçu pour inciter 30 personnes, familles, entreprises et organismes à trouver les moyens les plus créatifs et inspirants pour soutenir Phoenix House.

Dans le cadre de ce projet, l'équipe de NATIONAL à Halifax a développé et mené une campagne 30 for 30 pour les médias sociaux. Les objectifs de la campagne étaient de sensibiliser le public, de présenter les nouveaux partenaires communautaires et d'inciter les organismes locaux à soutenir Phoenix House.

L'équipe a lancé un jeu de tague virtuelle qui dura un mois. Dès qu'on les avait identifiés dans les médias sociaux, les personnes ou les organismes avaient 30 heures pour amasser des dons, soit de l'argent ou des articles tirés d'une liste de fournitures dressée par Phoenix et dont la maison avait grandement besoin. Chaque participant devait ensuite identifier le prochain organisme dans les médias sociaux qui allait continuer le jeu pour l'événement qui se déroulait entièrement en ligne.

Les employés du bureau d'Halifax ont géré la campagne de tague en plus d'aider à dresser la liste des organismes clés et des influenceurs participants.

De plus, ils ont travaillé avec Phoenix House afin de mettre sur pied un microsite pour la campagne, [phoenix30for30.ca](http://phoenix30for30.ca), ainsi qu'une série de vidéos en soutien à la campagne.

À la fin de la campagne d'un mois, ils avaient réussi à recruter 30 organismes prêts à démontrer leur soutien, à offrir des dons et à forger des liens avec Phoenix House.

## PROJET VERT

Nos bureaux de la région de l'Atlantique prennent toujours toutes les précautions pour respecter l'environnement dans le cadre de leur travail quotidien. Les équipes s'assurent de recycler et de composter les déchets, en plus d'utiliser dorénavant du papier certifié SFI. Ils ont aussi mis en place un programme afin que les piles usagées de tous les bureaux de la région de l'Atlantique soient recyclées plutôt que jetées.



# FAMILY-TO-FAMILY

En 2017, AXON New York a consacré son travail *pro bono* à la lutte contre la faim. Depuis septembre 2017, nous avons consacré environ 20 heures par mois à la rédaction de soumissions pour des demandes de subvention afin d'aider un organisme local sans but lucratif appelé Family-to-Family qui lutte contre la faim.

Ces subventions serviront à financer des programmes, comme **Sponsor a Family**, qui offrent une assistance nutritionnelle aux familles souffrant d'insécurité alimentaire à l'échelle locale et nationale. À ce jour, **Family-to-Family** a reçu 5 000 \$ à la suite des demandes de subvention qu'AXON New York a aidé à soumettre.

La représentante RSE, Sarah Gould, s'intéresse tout particulièrement à la lutte contre la faim : « Que les gens le réalisent ou non, il existe des îlots de pauvreté un peu partout, et certains sont plus près qu'on le pense. Le bureau d'AXON New York est situé dans un superbe édifice de Rye Brook, dans le comté de Westchester, et sur papier, Westchester est considéré comme un comté bien nanti. Cependant, les moyennes statistiques sur les mesures de richesse cachent souvent des îlots de gens dans le besoin. Au total, environ 200 000 personnes risquent de souffrir de la faim ou font face à l'insécurité alimentaire dans Westchester; étonnamment 33 % d'entre eux sont des enfants. »

En plus de nos réalisations auprès de Family-to-Family, à l'Action de grâce, nous avons commandité une collecte de denrées alimentaires au sein du bureau d'AXON ainsi que dans l'ensemble de l'édifice où sont situés nos locaux. Nous avons amassé plus de 100 lb de nourriture pour la **Food Bank for Westchester**, un organisme sans but lucratif qui fournit 95 % de la nourriture distribuée annuellement aux banques alimentaires, aux soupes populaires, aux refuges, aux garderies et aux programmes résidentiels de la région.

## PROJET VERT

AXON New York s'efforce de traduire l'objectif de la durabilité au sein de ses bureaux en limitant l'usage des ustensiles de plastique, en n'utilisant que des verres et des tasses en céramique, en utilisant du papier recyclé et en encourageant les employés à imprimer le moins possible.



*L'équipe d'AXON NY en mode décontractée en soutien à la Fondation CURE. La fondation travaille à améliorer les perspectives pour les personnes affectées par le cancer du sein en finançant la recherche, en soutenant les programmes communautaires et éducatifs et en rendant accessibles les plus récents traitements et appareils de diagnostic aux hôpitaux canadiens.*

# COMITÉ RSE AXON-MADANO :

*Une alliance pour un succès qui perdure!*

**L'année 2017 a été tout à fait mémorable, avec l'alliance officielle d'AXON UK et de Madano pour créer un groupe de travail sur la RSE au sein des deux agences sœurs.**

En tirant parti de sa force numérique, le groupe a poursuivi sur sa lancée afin de faire avancer l'objectif de la Firme, soit accroître sa responsabilité sociétale et son respect de l'environnement.

## CAMPAGNES DE FINANCEMENT

Redonner à la collectivité a été primordial autant à l'échelle mondiale que locale et l'édifice du 160 Blackfriars Road, dans lequel sont situés les bureaux d'AXON UK et de Madano, n'a jamais été à court d'employés généreux et bienveillants. L'équipe a amassé près de 10 000 £ par l'entremise de divers projets en 2017, somme de 61 % supérieure à celle de la collecte de l'année précédente, et a aussi pris part à d'autres projets sur les plans local, national et international, notamment le **Macmillan Cancer Support**, **CONCERN Worldwide** et le **Jour de la Terre**.

## PROMOTION DES COMPORTEMENTS ÉCOLOGIQUES

Un ensemble de documents informatifs a été élaboré pour renforcer les bonnes habitudes liées au recyclage. Le bureau utilise désormais uniquement des produits d'entretien écologiques et agit de manière plus sélective dans le choix de ses traiteurs afin de s'assurer que tous les plateaux en plastique sont recyclés ou réutilisés. De plus, l'approvisionnement en papier doit maintenant être certifié par le Forest Stewardship Council.

## SENSIBILISATION

L'objectif général est de sensibiliser les membres de l'équipe et de les pousser à changer leurs habitudes en les renseignant sur les façons d'adopter un style de vie socialement et écologiquement responsable. L'équipe a organisé de nombreux événements de sensibilisation tout au long de l'année, dont le Jour de la Terre, The Brain Tumor Charity Pub Quiz et la foire sur le développement durable au 160 Blackfriars Road. Durant l'événement sur le Jour de la Terre, l'équipe a savouré un dîner végétarien et a mis son pouce vert à l'œuvre en utilisant le moteur de recherche Ecosia ([www.ecosia.org](http://www.ecosia.org)), lequel génère la plantation d'arbres, et en participant à une vente de plantes.

À l'occasion de la première foire sur le développement durable, tous ont eu l'occasion de constater de leurs propres yeux ce qui constitue un style de vie écologiquement responsable, notamment en se renseignant sur les options qui existent pour se rendre au travail à vélo et les méthodes pour réduire l'empreinte carbone. Du vin biologique et de la bière produite écologiquement en recyclant du pain ont été servis pour l'occasion afin de sensibiliser les participants au gaspillage de nourriture dans le monde tout en savourant un verre.



SLEEP OUT

## FSH SOCIETY

Depuis plus de quatre ans, SHIFT travaille de pair avec ce petit organisme sans but lucratif afin de sensibiliser le public à sa mission, de soutenir la recherche et de trouver éventuellement un traitement pour la FSH. Le projet a débuté avec deux objectifs principaux :

1. Sensibiliser et éduquer le public sur les symptômes, les faits et les répercussions de la dystrophie facio-scapulo-humérale (FSH)
2. Générer du trafic vers le **nouveau site Web** et les pages sociales de la FSH Society afin de développer la communauté FSH et d'accroître le rayonnement de la société

### ***La campagne initiale a donné d'excellents résultats :***

Obtention de plus de 2 000 mentions du #CureFSD dans les réseaux sociaux

Augmentation du trafic provenant des médias sociaux vers le site Web de 148,6 % et augmentation de 184,2 % des nouveaux visiteurs du site Web provenant des médias sociaux par rapport au mois précédent

Publication d'un article dans The Huffington Post (VUM : 45 670 004) écrit par Max Adler afin de promouvoir la campagne et présenter les ambassadeurs de la FSH Society

Inscription de 150 nouveaux abonnés Facebook, de plus de 40 nouveaux abonnés Twitter et de plus de 40 nouveaux abonnés Instagram

Depuis ce temps, SHIFT a continué à aider la FSH Society avec sa campagne de messagerie ainsi qu'avec la création de contenu pour son blogue et ses réseaux sociaux. En 2017, les employés de SHIFT ont participé à la campagne « Orange Slice Selfies » dans le cadre de la Journée mondiale de la FSH. En 2018, SHIFT aidera la société, et ses nouveaux dirigeants, à articuler les efforts de communications externes autour de quatre campagnes trimestrielles.

### **PROJET VERT**

En 2016, les résultats d'un sondage auprès des employés ont révélé un intérêt retentissant pour que SHIFT accélère son virage vert. Voilà, le SHIFT Green Task Force était né.

L'équipe verte est composée d'employés de SHIFT provenant des quatre bureaux. Depuis le lancement initial, les efforts déployés afin de réduire, de réutiliser et de recycler demeurent prioritaires pour tous les employés. En 2017, la petite, mais puissante, équipe d'Austin a bénévolement participé au festival du Jour de la Terre d'Austin en aménageant les espaces pour les vendeurs et en visitant les camions des vendeurs locaux pour promouvoir l'utilisation de produits écologiques durant le festival. Cet événement zéro déchet présente toute une gamme de mesures visant à réduire son empreinte écologique ainsi qu'à économiser, recycler et revaloriser (upcycling).



L'équipe de SHIFT souligne la Journée mondiale de la FSH, le 20 juin.

**WORLD  
FSHD  
DAY** 

# CONDUITE ÉTHIQUE

Notre réputation de partenaire sûr se maintient depuis plus de 40 ans grâce au respect au quotidien des normes les plus rigoureuses en matière d'intégrité et de comportement professionnel. AVENIR GLOBAL a fait siennes les plus hautes normes en matière d'éthique et de professionnalisme afin de servir au mieux les intérêts de ses clients.

Notre renommée repose sur nos employés. C'est pourquoi tout le personnel est tenu d'agir en conformité avec les normes et standards énoncés dans les codes de Conduite professionnelle et Conduite des affaires, concernant notamment :

la confidentialité de l'information et la discrétion

---

la protection de la propriété intellectuelle

---

l'investissement dans les sociétés cotées en bourse de nos clients

---

la participation à des conseils d'administration

---

l'acceptation de gratuités et de cadeaux

---

le versement de paiements douteux et incorrects

---

le lobbying

---

les relations avec les distributeurs et fournisseurs

---

l'obtention d'information pour les clients

---

#### FORMATION OBLIGATOIRE SUR L'ÉTHIQUE

En 2011, la Firme s'est engagée à démontrer que nous prenons toutes les mesures raisonnables pour adhérer à ces normes, afin de nous conformer à la loi de 2010 du Royaume-Uni sur la lutte à la corruption (UK Bribery Act 2010), qui s'applique à l'échelle mondiale à toutes les entreprises faisant des affaires au Royaume-Uni, de même qu'à toute transaction conclue par ces entreprises, et non seulement aux transactions avec un organisme gouvernemental.

C'est ainsi que tous les employés doivent suivre trois modules de formation déontologique en ligne développée par la famille d'entreprises WPP, dont fait partie AVENIR GLOBAL : Lutte contre la corruption; Code de conduite WPP: Comment nous nous comportons; et Sensibilisation à la confidentialité et à la sécurité des données WPP. Les certificats de formation doivent être versés au dossier de l'employé au Secrétariat corporatif de la Firme.

En 2017, la Firme bénéficiait de l'agrément A+ en guise de conformité au programme de normes de qualité de l'Alliance des cabinets de relations publiques du Québec.



# NOS VALEURS

**Enracinées dans les convictions de nos fondateurs et enrichies par plus de quatre décennies d'expérience, nos valeurs sont les phares qui guident les relations que nous entretenons entre collègues ainsi qu'avec nos clients.**

Les décisions que nous prenons et les comportements que nous affichons quotidiennement façonnent notre culture, se reflètent dans notre offre aux clients et conditionnent la viabilité de notre entreprise.

Ces décisions et nos comportements sont guidés par nos valeurs-phares, qui reposent sur la qualité, l'innovation, l'engagement, le respect, la collaboration, l'intégrité et la responsabilité. Elles forment un « contrat moral » entre AVENIR GLOBAL et ses employés, et nous servent de pivot dans nos relations avec nos clients, nos partenaires d'affaires et toutes les parties prenantes liées à la Firme.

## LA QUALITÉ

Nous avons pour raison d'être la satisfaction de nos clients et nous nous assurons de toujours leur offrir un travail de la plus haute qualité.

## L'INNOVATION

Nous cherchons constamment à nous améliorer dans toutes nos activités et encourageons une culture d'innovation afin d'assurer le développement continu de nouveaux produits et services répondant aux besoins de nos clients.

## L'ENGAGEMENT

Nous embauchons des personnes motivées, engagées et passionnées par leur profession.

## LE RESPECT

Nous croyons qu'il n'y a pas de succès durable sans respect mutuel et nous valorisons la courtoisie au travail.

## LA COLLABORATION

Nous croyons que la collaboration, l'esprit d'équipe et le travail d'équipe sont des ingrédients clés du succès en affaires.

## L'INTÉGRITÉ

Nous croyons que le meilleur garant de notre réputation est le maintien d'un haut niveau d'intégrité et de déontologie dans toutes nos activités quotidiennes.

## LA RESPONSABILITÉ

Nous gèrons nos affaires de façon responsable et menons nos activités de façon rentable afin d'assurer la pérennité de la Firme.

# POLITIQUE DE RESPONSABILITÉ CORPORATIVE

Notre Politique de responsabilité corporative s'articule autour de quatre secteurs clés dans lesquels nous croyons pouvoir générer le plus grand impact : les comportements éthiques, l'investissement social, la performance environnementale et le développement du capital humain. Chacun de ces champs d'action est soutenu par des directives opérationnelles et, lorsque nécessaire, par des mesures de performance annuelles.

## COMPORTEMENTS ÉTHIQUES

Nous nous engageons à pratiquer les relations publiques selon les plus hautes normes professionnelles. La Firme possède des politiques et des directives qui dictent la manière dont elle doit mener ses activités, notamment en ce qui concerne la confidentialité, l'éthique et les conflits d'intérêt. Nous visons à offrir à nos clients des solutions de communication durables et qui font appel à la collaboration.

## PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE

Nous veillons à minimiser l'impact environnemental de la Firme, en particulier en ce qui a trait à notre consommation directe de papier et d'eau, au recyclage, à l'utilisation de l'énergie, et en nous procurant des biens et des services respectueux de l'environnement. Des comités verts locaux sont responsables de mettre en place les programmes environnementaux et de surveiller la performance environnementale sur une base annuelle. La Firme encourage ses clients à intégrer les enjeux environnementaux à leurs activités et leurs pratiques communicationnelles et leur offre des conseils pour les aider à minimiser leur impact environnemental dans toutes leurs initiatives de communication.

## INVESTISSEMENT SOCIAL

Nous encourageons les employés à effectuer un travail bénévole au nom de la Firme, en offrant gracieusement des services et des conseils en communication pour des organismes sans but lucratif. Nous accordons également des contributions financières à des organisations sans but lucratif dans les communautés dans lesquelles nous menons nos activités, en plus d'encourager nos employés à faire de telles contributions. Nous reconnaissons l'implication communautaire des employés et le travail *pro bono* qu'ils ont fait en tenant compte de cet aspect dans nos évaluations personnelles de performance.

## DÉVELOPPEMENT DU CAPITAL HUMAIN

Nous sélectionnons, récompensons et accordons des promotions à nos employés sur la base du mérite, sans discrimination quant à la nationalité, la religion, l'origine ethnique, l'orientation sexuelle, l'âge ou un handicap. Nous offrons une gamme complète de programmes de formation et de développement professionnel aux échelles locale, nationale et internationale pour toutes les catégories d'employés. Nous récompensons l'excellence aux échelles internationale et locale et chaque bureau offre à ses employés des programmes et des avantages sociaux spécifiques pour assurer leur bien-être et leur satisfaction.



# NOS PLACES D'AFFAIRES

## AVENIR GLOBAL

1155, rue Metcalfe, bureau 800  
Montréal, Québec H3B 0C1  
T: 514-843-2343

—

Andrew T. Molson  
président du conseil  
Jean-Pierre Vasseur  
président et chef de la direction  
Valérie Beaugard  
vice-présidente exécutive  
Royal Poulin  
vice-président exécutif et chef  
de la direction financière

## LE CABINET DE RELATIONS PUBLIQUES NATIONAL

### MONTRÉAL

1155, rue Metcalfe, bureau 800  
Montréal, Québec H3B 0C1  
T: 514-843-7171

—

Serge Paquette  
associé directeur

### TORONTO

320 Front Street West, Suite 1600  
Toronto, Ontario M5V 3B6  
T: 416-586-0180

—

Rick Murray  
associé directeur et stratège en chef  
de la communication numérique

## QUÉBEC

140, Grande-Allée Est, bureau 670  
Québec, Québec G1R 5M8  
T: 418-648-1233

—

Martin Daraïche  
associé directeur

## OTTAWA

81 Metcalfe Street, 2nd Floor  
Ottawa, Ontario K1P 6K7  
T: 613-233-1699

—

Chris Froggatt  
associé directeur

## CALGARY

800-6th Avenue S.W., Suite 1600  
Calgary, Alberta T2P 3G3  
T: 403-531-0331

—

Beth Diamond  
associée directrice

## VANCOUVER

Box 34, One Bentall Centre  
505 Burrard Street, Suite 620  
Vancouver, British Columbia V7X 1M4  
T: 604-684-6655

—

Paul Welsh  
associé directeur

**SAINT JOHN\***

75 Prince William Street, Suite 210  
Saint John, New Brunswick E2L 2B2  
T: 506-672-1860

**HALIFAX\***

Founders Square  
1701 Hollis Street, Suite L101  
Halifax, Nova Scotia B3J 3M8  
T: 902-420-1860

**SAINT-JEAN\***

Baine Johnston Centre  
10 Fort William Place, 1st Floor  
St. John's, Newfoundland and Labrador A1C 1K4  
T: 709-754-9614

—

\*Sarah Young  
associée directrice

**NATIONAL EQUICOM****TORONTO**

320 Front Street West, Suite 1600  
Toronto, Ontario M5V 3B6  
T: 1-800-385-5451

**MONTRÉAL**

1155, rue Metcalfe, bureau 800  
Montréal, Québec H3B 0C1  
T: 1-800-385-5451

—

Andrea Mandel-Campbell  
vice-présidente principale

**AXON COMMUNICATIONS****NEW YORK**

800 Westchester Avenue, Suite S-540  
Rye Brook, New York 10573  
T: 914-701-0100

—

Mario Nacinovich  
associé directeur

**LONDRES**

160 Blackfriars Road  
London, SE1 8EZ United Kingdom  
T: 020 3595 2400

—

Ralph Sutton  
associé directeur international

Miranda Dini  
associée directrice

**COPENHAGUE**

Hellebæk Klædefabrik  
Nordre Strandvej 119 E  
3150 Hellebæk  
Danmark  
T: +45 2988 0587

—

Tina Hahn  
vice-présidente

**ZUG**

Sankt Wolfgangstrasse 28  
6331 Huenenberg, ZUG  
Switzerland  
T: +44 20 3595 2469

—

Claire Williams  
vice-présidente

**AXON CLINICAL TRIAL SERVICES**

320 Front Street West, Suite 1600  
Toronto, Ontario M5V 3B6  
T: 1-416-586-0180

—

Chuck Johnston  
associé directeur

**MADANO PARTNERSHIP**

160 Blackfriars Road  
London, SE1 8EZ United Kingdom  
T: 020 7593 4000

—

Michael Evans  
associé directeur

**SHIFT COMMUNICATIONS****BOSTON**

120 St. James Avenue, 6th Floor  
Boston, Massachusetts 02116-5001  
T: 617-779-1800

—

Amy Lyons  
associée directrice

**SAN FRANCISCO**

456 Montgomery Street, 15th Floor  
San Francisco, California 94104  
T: 415-591-8400

—

David Hargreaves  
directeur général

**NEW YORK**

125 Fifth Avenue  
New York, New York 10003  
T: 646-756-3700

—

Alan Marcus  
directeur général

**AUSTIN**

200 E 6th Street, Suite 202  
Austin, Texas 78701  
T: 512-792-2555

—

Jennifer Purcell  
vice-présidente



**avenir.global**