

# C'EST QUOI LE RAPPORT POUR LES TALENTS?

Rapport  
d'impact 2023

SOMMAIRE EXÉCUTIF

Republik



# Ajouter un pilier culture à notre rapport d'impact, c'est quoi le rapport?

Chez Republik, notre rapport aux autres est particulièrement important. Chacune de nos décisions est prise en fonction de nos talents. On veut s'assurer de créer un milieu de travail rassembleur où chacune et chacun peut faire briller ses convictions. Travailler chez Republik, c'est travailler aux côtés de personnes inspirantes et engagées. C'est exactement pour cela que l'on a ajouté un pilier culture à notre rapport et qu'on le présente avec fierté.





<b>Nos devises d'entreprise</b>	<b>05</b>
<b>Nos grands événements</b>	<b>07</b>
<b>Nos avantages</b>	<b>09</b>
<b>Défis futurs</b>	<b>11</b>
<b>Nos engagements futurs</b>	<b>12</b>
<b>Republik en chiffres</b>	<b>15</b>



# Un lieu de travail rassembleur

La culture d'entreprise chez Republik se définit par l'ensemble de nos valeurs et de nos convictions, mais aussi par notre désir de transformer l'industrie du marketing en une industrie plus responsable.





# NOTRE RAISON D'ÊTRE PREND VIE QUAND ON AGIT SELON NOS DEVISES

Notre raison d'être ne peut prendre vie que si l'on agit selon nos devises collectives. Elles permettent à notre équipe de mettre ses convictions au travail tous les jours et se matérialisent dans chacune de nos décisions, de nos stratégies, de nos embauches, de nos évaluations annuelles, de nos récompenses, de nos activités de culture et de nos relations.





Si les personnes qui se joignent à Republik ont une chose en commun, c'est un désir de changement. Avec la parole et l'action, mais surtout avec le courage, notre équipe s'engage à concrétiser les convictions qui l'habitent.



Notre métier ne définit pas qui on est. Qui on est définit notre métier. Chez nous, on s'illustre par notre passion, notre soif d'apprendre et notre goût de la découverte - et on offre un lieu sûr où abreuver sa curiosité.



Pour que notre impact ait de l'imagination, et pour que notre impact soit imaginaire, il faut se donner le temps, la liberté et la confiance de rêver.



Notre plus grand potentiel est collectif. Ensemble, on s'enrichit en créant un climat propice à l'apprentissage, à l'entraide et à l'épanouissement.



En tant que spécialistes de la communication, on comprend l'importance de s'exprimer clairement et franchement. Ouvrir le dialogue demande de parler vrai, mais avant tout, d'avoir une écoute sincère.





# Nos grands événements

Chez Republik, notre rapport aux autres est particulièrement important. On veut connecter avec les autres. On veut les comprendre. On veut partager des moments. C'est pour cette raison que l'on s'assure de le faire à différents moments de l'année grâce à nos grands événements.



## Nos grands événements



## État des lieux

3 FOIS PAR ANNÉE

Ces événements sont nés d'une volonté d'une plus grande transparence.

Ainsi, de manière trimestrielle, l'équipe de direction présente l'avancement des projets et des objectifs du plan stratégique. On discute aussi de l'état financier de l'agence. Comme son nom l'indique, il s'agit d'un moment où l'on fait ensemble l'état des lieux.

## Célébration des projets

2 FOIS PAR ANNÉE

Cet événement célèbre les bons coups de nos talents présentés par nos talents. C'est une belle occasion de reconnaître leur travail et de leur offrir une vitrine pour parler de ce qui a occupé leur temps dans les derniers mois.

## Sortie d'équipe

1 FOIS PAR ANNÉE

Durant deux jours, les employé.e.s de Republik se réunissent à l'extérieur du bureau. Cet événement grandement attendu permet de consolider l'esprit d'équipe. Il s'agit d'un moment pour être ensemble et pour créer des souvenirs inoubliables.

[Vidéo de l'édition 2020](#)

[Vidéo de l'édition 2021](#)

[Vidéo de l'édition 2022](#)

## Remise de prix

3 FOIS PAR ANNÉE

On s'assure de célébrer les membres de notre équipe selon nos devises d'entreprise lors d'une remise de prix. Ainsi, tout au long du trimestre, on demande à nos talents de soumettre des nominations pour leurs pairs qui se sont distingués.



En 2022, un questionnaire a été envoyé à tous les talents de l'agence afin qu'ils priorisent les différents avantages auxquels ils avaient accès et qu'ils nomment ceux qu'ils croyaient manquants. Le but de cet exercice était de s'assurer que ce qui était mis en place répondait encore à leurs besoins et d'optimiser les avantages offerts.

## Nos avantages

### Depuis 2021

3 semaines de vacances dès l'embauche, en plus de 2 semaines de congé durant le temps des Fêtes

Possibilité de compléter sa semaine de travail en quatre jours grâce aux vendredis sans rencontre durant la période estivale

Couverture d'assurance complète après 3 mois d'emploi qui comprend l'accès à une plateforme de télé-médecine et de télépsychologie

Congés de maladie payés qui peuvent être utilisés pour des besoins de santé mentale, de bien-être ou comme congé menstruel

Matériel de bureau fourni

Horaire flexible pour permettre, entre autres, aux parents de s'occuper de leurs enfants et des congés de maladie pour des raisons familiales

Possibilité de travailler à distance et à l'étranger

Une foule d'événements culturels

Formations mensuelles sur l'heure du dîner

Séances de mentorat payées pour toutes les personnes intéressées par des postes de direction ou autres genres de promotions

Temps alloué chaque semaine à son horaire pour s'impliquer dans l'un des comités internes

### Depuis 2022

5 jours de congé flottants nommés les Journées Republik permettant de prendre du temps pour soi et d'allonger ses fins de semaine

Programme de REER (dès 2023)

400 \$ par année alloués à tous besoins de bien-être (transport, activités culturelles, sportives, artistiques, spirituelle, don, etc)

Programme de formation individuelle aligné avec le développement de carrière de chacun.e

Programme de reconnaissance pour les années de service



# Pourquoi avoir une culture différente?

## Pour un équilibre entre vie professionnelle et personnelle

Dans les dernières années, plusieurs changements se sont effectués sur le marché du travail. On remarque que les gens ont de plus en plus tendance à s'assurer que leur bien-être personnel se reflète dans leur travail au quotidien. Avoir une culture organisationnelle qui se rapproche des valeurs personnelles de ses employé.e.s permet de trouver cet équilibre entre le travail et les besoins personnels.

## Pour le recrutement

Ce qui nous différencie chez Republik en termes de recrutement, c'est notre vision et notre culture qui guident nos opérations au quotidien. D'ailleurs, nos différents projets misent sur de fortes valeurs sociales et environnementales. Notons aussi que lors du processus de recrutement, on s'assure de considérer les valeurs des potentiels talents, en plus d'évaluer leurs compétences.

## Pour établir une vision claire

Avoir une culture organisationnelle forte facilite la prise de décision dans nos opérations.





# Quels sont les défis pour le futur?

Après une période d'adaptation assez intense dans les dernières années avec la pandémie, le manque de personnel et le changement technologique en lien avec le télétravail, les mots d'ordre pour les prochaines années sont l'hypermersonnalisation et la flexibilité.

Notre équipe s'est ajustée au nouveau mode de travail en format hybride. Évidemment, on ne sait pas quelle forme prendra le travail de demain. Ce qui est certain cependant, c'est que les talents demandent plus d'ouverture et veulent avoir le sentiment d'être en contrôle. Ils veulent aussi pouvoir choisir quand ils viennent au bureau et quand ils ne viennent pas, à quel moment ils travaillent dans la journée et à partir de quel endroit dans le monde. Ils ont envie de choisir avec qui ils travaillent et dans quelle équipe.

Pour attirer et retenir les meilleurs talents, les entreprises devront s'adapter davantage et être capables d'être très flexibles. Il faudra aussi qu'elles soient capables de naviguer dans le flou pour encore quelques années.





# S'adapter aux besoins évolutifs

Comme il y a un fort taux de roulement dans le milieu des agences, on a décidé, pour le volet culturel, de ne pas identifier des cibles 3 ans et de plutôt se concentrer sur les cibles 1 an. Établir des cibles annuellement nous permet de rester agile et de prendre le pouls face aux attentes des nouvelles personnes qui constituent notre équipe.





# Développer le plein potentiel de nos talents

## Cibles 1 an

---

- I. Un plan de formation sur 3 ans a été mis en place pour l'équipe de gestionnaires pour qu'ils et elles épaulent mieux leurs employé.e.s
- I.b 80 % des talents disent que leur gestionnaire les soutient dans leur parcours de carrière, en plus de les aider à s'améliorer dans leur travail.
- II. Taux de roulement de 25 % (présentement de 33 %)
- III. 12 formations dans l'année qui sont suivies par 80 % de l'agence

## Actions structurantes

---

- I. Mieux outiller les gestionnaires pour suivre et évaluer la performance des talents
- II.b Proposer à tous.tes des parcours de progression de carrière clairs, engageants et équitables
- II. Encourager l'autonomie et l'initiative personnelle de tous les talents
- III. Bonifier l'offre de formation collective



# Proposer une expérience employé.e inclusive, flexible et valorisante

## Cibles 1 an

---

- I. 80 % des employé.e.s sont satisfait.e.s au travail (Note de 8/10 sur Officevibe)
- II. 80 % des talents utilisent les avantages Republik à leur plein potentiel (400 \$, 5 journées Republik, programme de REER, participation aux activités, etc.)

## Actions structurantes

---

- I. Développer une expérience talents avec plus de moments (facultatifs et obligatoires), en plus d'offrir des avantages sociaux et bien-être modulaires.
- II. Élaborer et implanter un programme de reconnaissance personnalisé



# 87 %

de nos revenus proviennent d'entreprises avec des pratiques responsables

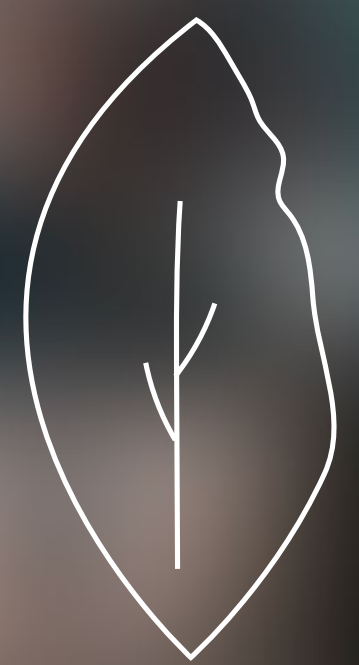
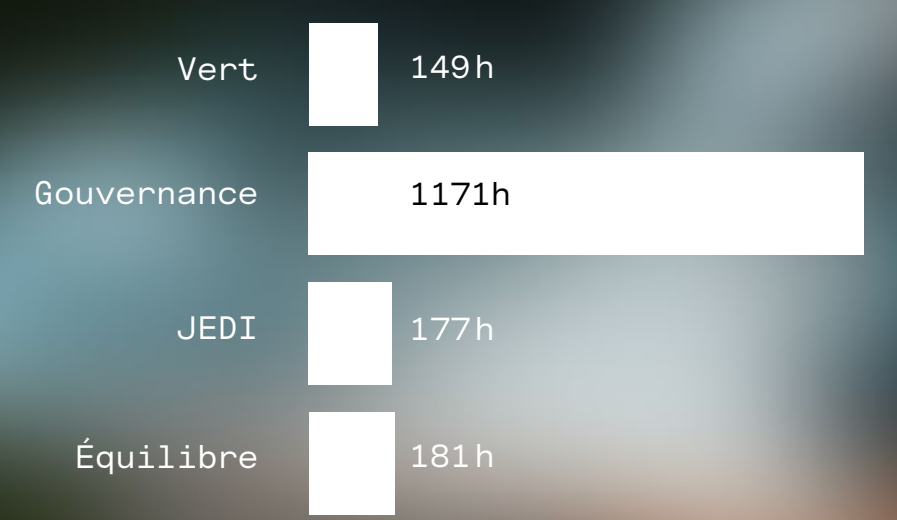
# 79 %\*

des mandats sont réalisés avec des entreprises responsables

# 1 678 h

consacrées à la RSE

via les comités



\*Ce que l'on considère comme des mandats réalisés avec des entreprises responsables, ce sont ceux qui ont permis de modifier le modèle d'affaires des entreprises ou encore de communiquer leurs engagements sociaux et environnementaux. Toutes communications faites pour des entreprises responsables sont incluses dans cette statistique. Tous nos mandats d'accompagnement B Corp et de marque employeur sont également inclus dans cette catégorie.

# 56

*mandats réalisés au total*

# 2,5 %

des heures annuelles par employé.e sont investies dans des mandats **pro bono**

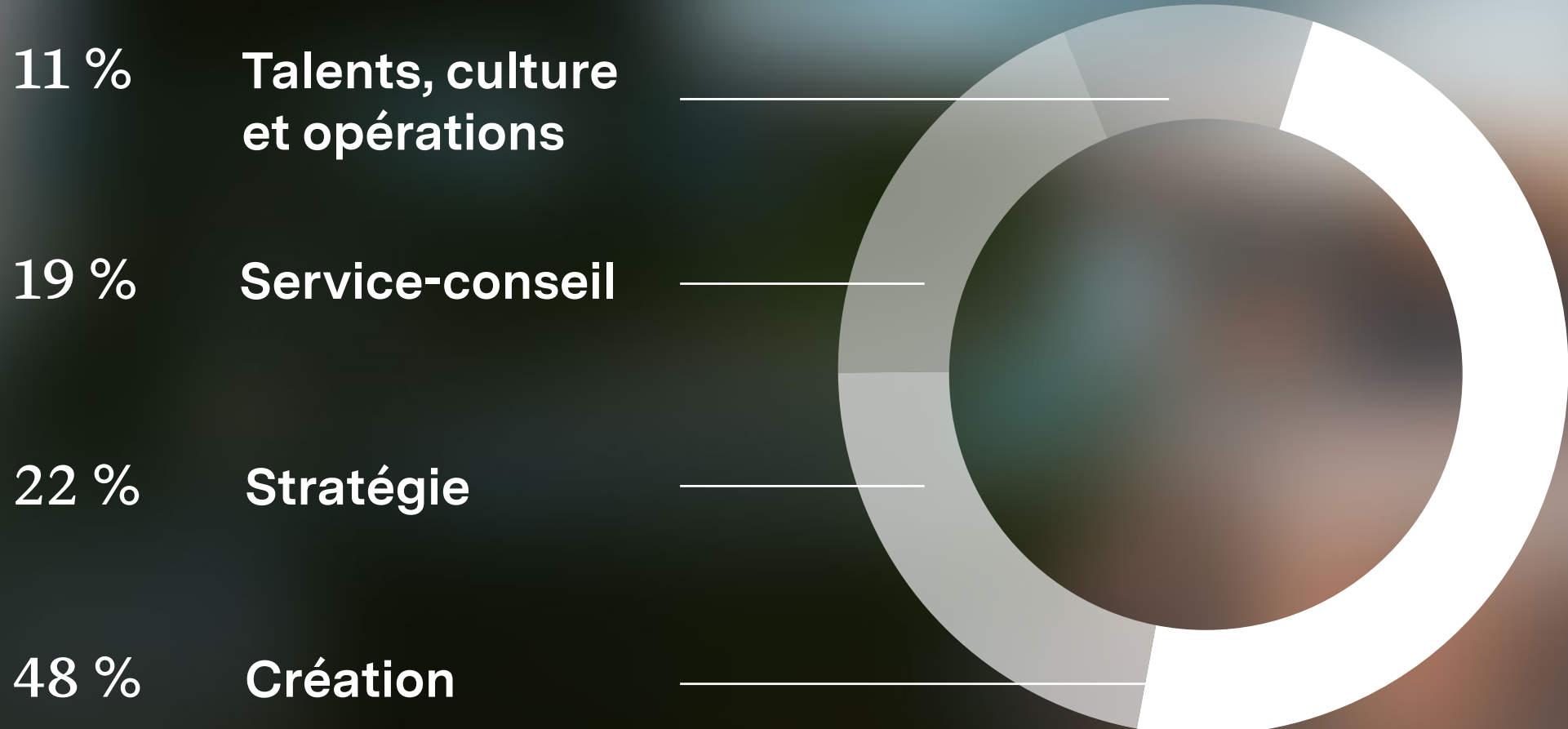


**67 %** de femmes en postes de gestion

**22** mois d'ancienneté en moyenne par employé.e

Taux de roulement de **33 %**

### Répartition des employé.e.s par département



**870 h** de formation professionnelle  
Ce qui représente 4,2 % de notre chiffre d'affaires

**940 h** de formation collective  
Ce qui représente 4,6 % sous forme de *Lunch and Learn*  
Valeur de 155 100 \$



**18** événements de culture

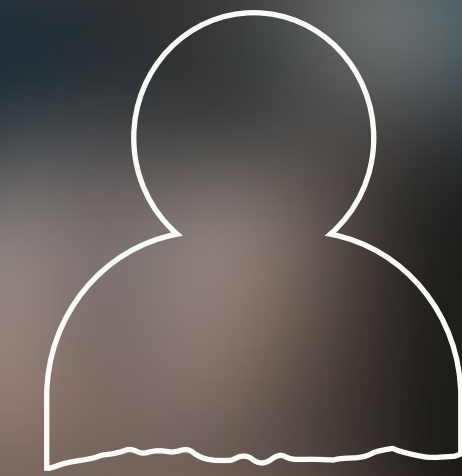
**15** formations collectives

**18** nouvelles embauches

On a atteint nos objectifs d'embauche, tout en respectant nos plans d'embauche et de masse salariale pour l'année

**66 %**

des objectifs annuels des employé.e.s ont été accomplis



**7,5/10**

**Officevibe**  
Officevibe est une plateforme qui permet, à l'aide de sondages éclairés et de rapports conçus pour les gestionnaires, de prendre le pouls d'une équipe pour comprendre comment elle se sent et savoir ce dont elle a besoin.



## GOUVERNANCE

Adopter les meilleures pratiques d'impact et de RSE

Augmenter notre score B Corp de 102,7 à 113 (amélioration visée de 10%)

Mesurer et communiquer de manière transparente les activités de l'agence

Évaluer l'impact de notre portfolio client grâce à notre cadre de mesure propriétaire

Publier deux rapports rassemblant les constats d'impact de notre portfolio client

Mettre les parties prenantes au centre de notre processus décisionnel

Créer un comité consultatif diversifié

Établir un programme d'actionnariat pour les employé.e.

## SOCIÉTÉ

Bâtir une agence représentative de la diversité de la société québécoise

Développer un programme de stage afin de pallier le manque de diversité dans les programmes collégiaux et universitaires

Contribuer à résoudre l'enjeu du manque de représentativité dans l'industrie du marketing

Rassembler les parties prenantes importantes de l'industrie pour avoir une lecture claire de l'enjeu

Conceptualiser une initiative basée sur une compréhension profonde des barrières systémiques dans l'industrie du marketing en collaboration avec les agences participantes

Créer un environnement de travail où chaque personne est entendue

Offrir les conditions nécessaires pour que 100 % des talents qualifient Republik comme un lieu de travail sans discrimination

Créer un changement positif et mesurable auprès de notre communauté

Investir en moyenne 50 h par employé.e par année sur des mandats pro bono ou « low bono » (minimum de 30 h par employé.e)

## CULTURE\*

Développer le plein potentiel de nos talents et proposer une expérience employé.e inclusive, flexible et valorisante

Diminuer le taux de roulement de 33 % à 25 %

Offrir 12 formations collectives par année suivies par au moins 80% de l'agence

Offrir un parcours de carrière défini à chaque employé.e

## ENVIRONNEMENT

Mesurer, réduire et compenser nos émissions\*\*

Faciliter la compensation des émissions GES des services vendus à 75 % de nos client.e.s

Intégrer des principes de biodiversité dans notre offre de service d'impact

\*Les engagements de culture ont comme cible 2023

\*\*À noter que Republik a compensé ses émissions GES pour les deux dernières années (2021-2022)



**Poursuivons la conversation**

info@republik.ca  
[republik.ca](http://republik.ca)

**Bureau de Montréal**

1435, rue St-Alexandre,  
Suite 710  
Montréal, QC  
H3A 2G4 Canada

LI | IG | FB | BE | TK



Une agence créative  
de capital social

Republik

