

DEPUIS 1976 EST  
AVENIRGLOBAL

# TRACER LA VOIE

RAPPORT SUR LA RESPONSABILITÉ CORPORATIVE 2023

# TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	05
POLITIQUE DE RESPONSABILITÉ CORPORATIVE	06
DIVERSITÉ + INCLUSION	08
EN CHIFFRES	11
AU SEIN DU RÉSEAU	12
COMPORTEMENTS ÉTHIQUES	16
NOS VALEURS	19
NOTRE CODE DE CONDUITE	20
AU SEIN DU RÉSEAU	22
CODES DE CONDUITE DE L'INDUSTRIE	23
ENGAGEMENT SOCIAL	24
EN CHIFFRES	26
AU SEIN DU RÉSEAU	27
PROJETS ET ORGANISATIONS QUE NOUS SOUTENONS	31
ORGANISATIONS SOUTENUES PAR NOS LEADERS	32
PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE	36
EN CHIFFRES	39
AU SEIN DU RÉSEAU	40
DÉVELOPPEMENT DU CAPITAL HUMAIN	42
EN CHIFFRES	45
L'INSTITUT	46
AU SEIN DU RÉSEAU	47
PRIX D'EXCELLENCE	48
RÉCOMPENSES POUR NOS QUALITÉS D'EMPLOYEUR	51
NOS PLACES D'AFFAIRES	52

# Tracer la voie pour un impact positif

Chez AVENIR GLOBAL, nous aimons voir notre Politique de responsabilité corporative comme une boussole qui guide nos actions et nos engagements.

Cette boussole fournit une direction, et non un chemin prédéterminé, permettant à nos huit marques opérantes, réparties dans 23 villes et huit pays, de tracer leur propre voie vers un impact positif.

Le thème de ce Rapport sur la responsabilité corporative, « Tracer la voie », représente la façon dont nous nous appuyons sur nos valeurs profondément ancrées (p. 19), forgées au fil de 47 années, pour naviguer à travers les défis sociaux et environnementaux auxquels nous sommes confrontés dans nos différents marchés. Nous mettons en œuvre notre force collective pour le bien commun.

Que ce soit en soutenant la diversité et l'inclusion (p. 8), en réduisant leur empreinte environnementale (p. 36) ou en effectuant bénévolat pour des causes significatives (p. 24), nos marques sont incitées à participer à des actions et des engagements qui résonnent avec les besoins, les cultures et les valeurs locales. Il s'agit d'une approche localisée pour créer un impact mondial.

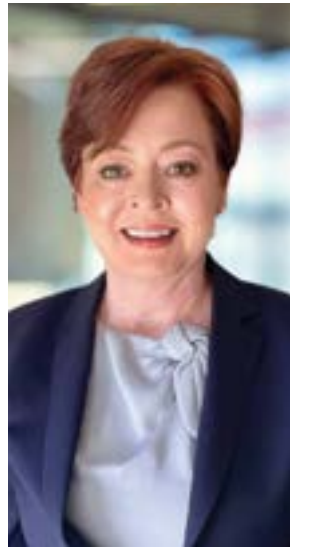
La richesse des perspectives et des expériences au sein de notre réseau approfondit notre compréhension de la société. Elle crée des occasions d'apprentissage mutuel et renforce davantage notre culture d'entreprise. C'est pourquoi nous accordons la priorité au bien-être de nos collègues grâce à une variété de programmes de reconnaissance et de formation (p. 42), favorisant un environnement propice à la croissance et l'épanouissement.

Ce rapport plonge au cœur de la culture de notre Firme. Les réalisations présentées dans ces pages reflètent la manière dont nos équipes, avec des voix diverses et un esprit uni, appliquent nos principes communs de manière innovante afin d'avoir un impact positif sur nos communautés.

Laissez-vous guider!

**VALÉRIE BEAUREGARD**

Vice-présidente exécutive, AVENIR GLOBAL







# POLITIQUE DE RESPONSABILITÉ CORPORATIVE

En tant que firme en communication de premier plan, AVENIR GLOBAL apporte une contribution positive à la société d'un point de vue économique, social et environnemental.

Nous croyons également que nous avons un rôle important à jouer pour aider notre clientèle à améliorer continuellement l'impact social et environnemental de ses activités commerciales et de ses programmes de communication.

Tous les bureaux du réseau AVENIR GLOBAL sont tenus de se conformer à la Politique de responsabilité corporative et tous les membres du personnel sont invités à mettre en pratique cette politique dans leur travail quotidien. L'établissement d'objectifs, le suivi des performances et la mise en œuvre de mesures d'amélioration continue relèvent de la responsabilité du groupe des affaires corporatives.

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

DIVERSITÉ + INCLUSION	Nous prônons la diversité et l'inclusion au sein de notre Firme, de notre industrie et de notre société. Nous travaillons avec l'ensemble de nos marques dans le but d'éduquer, d'autonomiser et de célébrer les gens au sein de notre réseau. Nous savons que seule la mise en commun de nos expériences uniques nous permet de mieux comprendre le monde qui nous entoure. Lorsque nos voix sont entendues et que notre curiosité est alimentée, nous sommes incités à mieux réfléchir.
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'intérêts. Nous visons à offrir à notre clientèle des solutions de communication durables et qui font appel à la collaboration.
INVESTISSEMENT SOCIAL	Nous encourageons les membres du personnel à effectuer du travail bénévole au nom de la Firme, en offrant gracieusement des services et des conseils en communication pour des organisations sans but lucratif. Nous accordons également des contributions financières à des organismes sans but lucratif dans les communautés dans lesquelles nous menons nos activités, en plus d'encourager nos collègues à faire de telles contributions. Nous reconnaissons l'implication communautaire de nos membres et le travail <i>pro bono</i> qu'ils ont fait en tenant compte de cet aspect dans nos évaluations annuelles de rendement.
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 d'énergie, et en nous procurant des biens et des services respectueux de l'environnement. Dans certains bureaux, 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.
DÉVELOPPEMENT DU CAPITAL HUMAIN	Nous embauchons les membres de notre personnel, les récompensons et leur accordons des promotions 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 tout le personnel. Nous récompensons l'excellence aux échelles nationale et locale et chaque bureau offre aux membres du personnel des programmes et des avantages sociaux spécifiques pour assurer leur bien-être et leur satisfaction.

01

DIVERSITÉ +  
INCLUSION

---



# DIVERSITÉ + INCLUSION

AVENIR GLOBAL comprend l'importance de s'engager en faveur de la diversité et de l'inclusion (D&I) au sein de notre Firme, de notre secteur et de la société.

Un comité, composé de porte-paroles de l'ensemble de nos marques, dirige le programme D&I d'AVENIR GLOBAL et la mise en œuvre d'initiatives à l'échelle du réseau. Ce programme vise à améliorer notre culture pour embrasser l'unicité de chaque individu et permettre à chaque collègue d'être authentique au travail et de produire un excellent travail pour notre clientèle. Le comité est soutenu par des porte-paroles locaux dont le rôle est de donner vie à la mission mondiale dans chaque bureau. Chaque marque est encouragée à adapter le programme localement en utilisant le cadre D&I comme guide. Elles peuvent identifier et répondre à leurs propres opportunités grâce à l'adoption des meilleures pratiques et à la mise en œuvre d'initiatives locales axées sur le talent, la communauté, l'industrie et la clientèle.

## TROIS PILIERS

Le programme D&I d'AVENIR GLOBAL repose sur trois piliers qui soutiennent toutes les marques et qui unissent nos efforts au sein de la Firme. Ces piliers guident chaque initiative déployée au sein du réseau. Nous encouragerons les marques à s'inspirer de ces piliers afin d'identifier leurs propres opportunités relatives à la diversité et à l'inclusion.



### Éduquer

Ensemble, nous susciterons la prise de conscience et nous partagerons les connaissances relatives à la diversité et à l'inclusion.



### Autonomiser

Ensemble, nous créerons une culture qui permet aux employés de mettre en valeur leur caractère unique et de l'exprimer pleinement au travail.



### Célébrer

Ensemble, nous célébrerons nos différences et nos points de vue uniques de façon authentique.

## NOTRE ÉNONCÉ DE PRINCIPE GÉNÉRAL

S'inspirer.  
Être soi-même.

Chez AVENIR GLOBAL, nous célébrons les différences qui vous définissent. Seule la mise en commun de nos expériences uniques nous permet de mieux comprendre le monde qui nous entoure. Lorsque nos voix sont entendues et que notre curiosité est alimentée, nous sommes incités à mieux réfléchir.

## EN CHIFFRES

85

ambassadeurs et ambassadrices D&I au sein du réseau

40

langues parlées par les membres de nos équipes

2/3

des membres de nos équipes sont des femmes

49%

des bureaux sont dirigés par des femmes

08

webinaires à l'échelle de la Firme dans le cadre des initiatives D&I

# AU SEIN DU RÉSEAU



**LE CHERCHEUR DE LANGUES :  
UN PONT POUR LA COMMUNICATION**

AVENIR GLOBAL a lancé le Chercheur de langues, un outil innovant permettant au personnel d'identifier facilement les collègues qui parlent différentes langues au sein de la Firme. Cette ressource s'avère inestimable pour le personnel ayant besoin d'aide pour la révision ou la traduction de contenu, en offrant un moyen simple d'entrer en contact avec des collègues multilingues. Le Chercheur de langues simplifie non seulement la communication interne, mais célèbre également la riche diversité au sein du réseau AVENIR GLOBAL. Dans le cadre de leur intégration, tous les nouveaux collègues sont encouragés à enregistrer leurs langues dans l'application, enrichissant ainsi davantage notre diversité de perspectives. À ce jour, l'outil répertorie une quarantaine de langues parlées par les membres de nos équipes.



**L'EXPRESSION DES IDENTITÉS SOCIALES,  
RACIALES ET CULTURELLES**

Les conversations sur le racisme, l'équité et la justice sociale prennent de plus en plus d'importance dans le monde entier alors que nous nous efforçons d'approfondir notre compréhension et de mieux défendre nos intérêts. Pour contribuer à ces discussions, AVENIR GLOBAL a mis en place un guide de communication sur la diversité et l'inclusion. Initialement développée par Padilla puis adaptée par le comité D&I d'AVENIR GLOBAL, cette ressource est conçue pour aider notre équipe à comprendre et à appliquer plus uniformément la terminologie adéquate lorsqu'elle parle d'identités sociales, raciales et culturelles.



**LE DIALOGUE D'AXON SUR LA  
SANTÉ MENTALE DES HOMMES**

Un véritable témoignage de l'engagement d'AXON en faveur de la diversité et de l'inclusion en 2023 a été le webinaire en l'honneur du Movember, organisé en partenariat avec Hobbs Consultancy et le Comité bien-être d'AXON. La séance a permis de mieux comprendre les aspects centraux de la santé mentale des hommes et l'ordre du jour a été intentionnellement conçu pour encourager un dialogue ouvert. Trois membres des équipes de Londres et Toronto ont partagé leur histoire personnelle, offrant une compréhension concrète des problèmes de santé mentale chez les hommes, des défis spécifiques auxquels les hommes sont confrontés sur le lieu de travail et des moyens par lesquels les collègues peuvent se soutenir mutuellement. Le webinaire a profondément touché le personnel d'AXON et a joué un rôle essentiel dans la promotion d'une culture d'empathie et de solidarité.



**LA SEMAINE DU BIEN-ÊTRE**

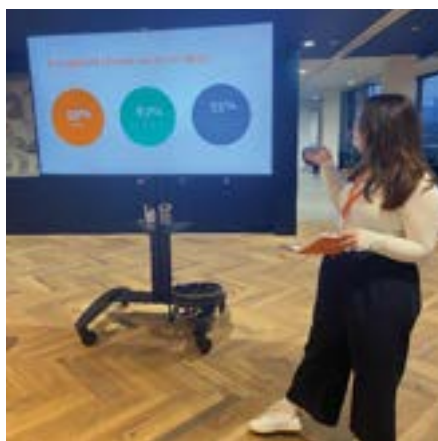
Du 15 au 19 mai, le Royaume-Uni a célébré la Semaine de sensibilisation à la santé mentale, et Cherry a organisé une série d'activités pour marquer l'occasion, en invitant les autres marques d'AVENIR GLOBAL basées à Londres à se joindre à elle. Le programme a débuté par le lundi de la pleine conscience, qui comprenait une séance d'exercices de pleine conscience au bureau, un cours de yoga restaurateur et un atelier d'art créatif pendant le dîner, dirigé par les responsables du studio de Cherry. Les membres du personnel ont également eu la possibilité de bénéficier de massages apaisants au bureau. Ces activités visaient à promouvoir une culture inclusive au sein des marques londonniennes et à souligner l'importance de la sensibilisation à la santé mentale en encourageant la pleine conscience et les pratiques de soins personnels, tant au travail qu'à la maison.





## GUIDER LES LEADERS DE DEMAIN DANS LE DOMAINE DES RELATIONS PUBLIQUES

Charles Lewington, président exécutif du conseil d'administration chez Hanover, a animé une classe de maître pour la cohorte 2023 de Patchwork UK, une organisation qui soutient les jeunes issus de minorités pour qu'ils s'impliquent activement dans la démocratie et la société civile britanniques. Au cours de la séance, M. Lewington a retracé son parcours professionnel et a offert un aperçu du monde des relations publiques et de la communication, dans l'intention de motiver les membres de Patchwork à explorer et éventuellement à tracer leur propre voie dans le secteur des relations publiques.



## UNE ÉTUDE RÉUSSIE POUR ÉLABORER UNE STRATÉGIE

Le comité D&I de Madano a mené une enquête auprès de l'ensemble du personnel afin d'évaluer les perceptions en matière de diversité et d'inclusion, dans le but d'adapter plus efficacement les initiatives de la marque. L'initiative a obtenu un taux de participation exceptionnel de 94 %. Les résultats ont mis en évidence les activités les plus populaires ainsi que leur utilité et leur valeur éducative. Pas moins de 84 % des personnes interrogées ont reconnu que Madano s'engageait à promouvoir la diversité et l'intégration sur le lieu de travail et ont déclaré se sentir à l'aise d'exprimer leur identité sur le lieu de travail. Ces informations ont été partagées lors d'une réunion trimestrielle et ont contribué à façonner l'agenda du comité D&I pour 2024, avec un accent sur la reconduction d'activités populaires et l'organisation d'événements au bureau avec des partenaires invités.



## UNE CONTRIBUTION REMARQUABLE

La Journée de service pour la diversité et l'inclusion de Padilla encourage ses membres de l'équipe à s'engager dans la communauté en leur accordant un jour de congé chaque année pour soutenir des causes qui favorisent la diversité, l'équité et l'inclusion. En 2023, l'équipe de Padilla a consacré son temps à diverses organisations à but non lucratif, a aidé les personnes allant voter le jour des élections et a prodigué des conseils stratégiques à des entreprises diversifiées en plein essor. Certains membres du personnel ont choisi de passer une journée avec Second Harvest Heartland, une banque alimentaire qui lutte contre la faim en triant et en reconditionnant des aliments pour les distribuer à des programmes de lutte contre la faim dans tout le Minnesota et l'ouest du Wisconsin. Les bénévoles de Padilla ont eu un impact significatif : à la fin de leur journée, ils avaient emballé 16 480 repas, soit 374 repas par bénévole.



## L'ÉTÉ DE LA FIERTÉ

Tout au long de l'été, de juin à août, NATIONAL a déployé une série d'initiatives pour célébrer la Fierté à travers le Canada. Le Cabinet a organisé des webinaires et des discussions portant sur l'allié authentique au sein des organisations, sur la création de liens communautaires significatifs et sur l'élaboration de récits qui représentent fidèlement les réalités des personnes 2SLGBTQIA+. Pour symboliser son engagement, NATIONAL a introduit un emblème : un signe « PLUS » jumelé au slogan « Sécurité + Inclusivité ». Ce symbole a été décliné sous diverses formes, notamment des arrière-plans pour les vidéoconférences, des visuels pour les médias sociaux et une épinglette à acheter, dont les profits sont versés à des groupes 2SLGBTQIA+ locaux. Ces fonds complètent les contributions financières de la Firme, toutes destinées à promouvoir les causes 2SLGBTQIA+.



## UN COUP DE POUCE POUR LE BIEN-ÊTRE À FOURRURE

À l'occasion de la Journée mondiale de la santé mentale, les marques de Londres d'AVENIR GLOBAL se sont associées à Paws in Work, le premier fournisseur de thérapie assistée par les chiens agréé au Royaume-Uni, pour promouvoir le bien-être mental. Des études ont montré que les interactions avec les animaux peuvent avoir des effets positifs sur la santé mentale. Les collègues ont eu l'occasion de participer à des séances en petits groupes, de se connecter avec les chiots et de mieux comprendre leur monde. De tels événements sont également bénéfiques pour les chiots puisqu'ils favorisent leur socialisation en permettant des interactions ludiques et précieuses. L'initiative a reçu des commentaires élogieux de tous et toutes, répandant un sentiment de joie dans la journée de tous ceux et celles qui y ont participé.





02

---

COMPORTEMENTS  
ÉTHIQUES



# COMPORTEMENTS ÉTHIQUES

Favoriser une culture centrée sur les personnes a toujours été au cœur de l'approche d'AVENIR GLOBAL.

Nos politiques en matière de ressources humaines reflètent une préoccupation et un engagement profonds. Pour nous, la priorité accordée aux relations avec notre clientèle et nos partenaires va au-delà de la politique – elle témoigne de la maturité et du leadership authentique.

Nos valeurs fondamentales sont le fondement des interactions au sein de notre équipe et avec notre clientèle, elles façonnent notre culture d'entreprise et sont le moteur de nos progrès. Ces valeurs partagées nous donnent la liberté d'agir de manière décisive et rapide, sans diminuer le caractère distinctif de nos marques opérationnelles.

Cette unité d'action nous permet de constituer des équipes rapidement et sans heurts, en faisant appel aux meilleures compétences de l'ensemble de notre réseau pour relever les défis urgents de notre clientèle avec efficacité et cohésion.

## NOS VALEURS

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.
ENGAGEMENT	Nous embauchons des personnes motivées, engagées et passionnées par leur profession.
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.
COLLABORATION	Nous croyons que la collaboration, l’esprit d’équipe et le travail d’équipe sont des ingrédients clés du succès en affaires.
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.
RESPONSABILITÉ	Nous gérons nos affaires de façon responsable et menons nos activités de façon rentable afin d’assurer la pérennité de la Firme.
RESPECT	Nous croyons qu’il n’y a pas de succès durable sans respect mutuel et nous valorisons la courtoisie au travail.



# NOTRE CODE DE CONDUITE

Notre réputation de partenaire sûr repose depuis 47 ans sur le maintien des normes les plus rigoureuses d'intégrité et de conduite professionnelles dans toutes nos activités.

Ancrés dans nos valeurs fondamentales, les principes énoncés dans le Code de conduite AVENIR GLOBAL sont le fondement de toutes les politiques et procédures de la Firme.

Les engagements ci-dessous représentent les principales normes de comportement auxquelles nos parties prenantes peuvent s'attendre de chacun de nous au gré des nombreux rôles que nous assumons à titre d'employeur, fournisseur, partenaire, client et entreprise citoyenne d'envergure mondiale. Ils ont été adoptés par AVENIR GLOBAL et chacune de ses marques.

## Nous respectons la loi et les codes de conduite de notre industrie.

Nous respectons les lois locales, nationales et internationales, telles que le *U.K. Bribery Act*, le *U.S. Foreign Corrupt Practices Act* et le *U.K. Modern Slavery Act*, ainsi que, le cas échéant, tous les codes de conduite de l'industrie et du lobbying applicables.

## Nous traitons les gens avec dignité et respect.

Nous nous engageons à offrir un milieu de travail exempt de harcèlement et dans lequel toutes les personnes sont traitées avec dignité et respect. Nous sélectionnons, rémunérons et promouvons nos employés sur la base de leurs qualifications et de leur mérite, sans discrimination ni souci de race, de religion, d'origine, de genre, d'orientation sexuelle, d'âge ou de handicap. Nous reconnaissons que la diversité de nos employés crée une source illimitée d'idées et de possibilités; nous cherchons activement des employés qui viennent d'une diversité de milieux, disposant d'une variété d'expériences et de perspectives.

Nous démontrons une attention et un intérêt à l'égard de nos employés et cherchons à les aider à trouver un équilibre entre les responsabilités professionnelles et les responsabilités familiales et autres. Nous célébrons les réalisations extraordinaires de nos collègues.

## Nous gérons nos ressources judicieusement.

Nous favorisons l'accomplissement du travail en synergie, soit la mise en commun des compétences, de l'expérience et des capacités créatrices de nos employés. Nous mettons l'accent sur une approche rigoureuse de gestion qui nous permet d'atteindre nos objectifs de rentabilité tout en assurant la viabilité à long terme des affaires.

## Nous avons recours à des pratiques professionnelles équitables.

Nous basons toujours l'offre et l'achat de biens et de services sur le prix, la qualité, la fonction et la nécessité, ainsi que sur d'autres critères spécifiques du marché. Nous livrons une concurrence agressive sur nos marchés, mais nous le faisons de façon équitable et éthique.

## Nous nous engageons à la qualité et nous maintenons des normes professionnelles.

Grâce à la recherche, aux perspectives uniques qui en découlent et à une profonde compréhension des secteurs d'activité, notre travail vise à créer un impact significatif pour nos clients. Nous reconnaissons nos limites et demandons conseil au besoin. Nous favorisons l'apprentissage, l'excellence, l'innovation et l'amélioration continue.

## Nous nous engageons à être des citoyens responsables.

Partout où nous exerçons nos activités, nous nous efforçons d'apporter une contribution positive à nos communautés locales, à la fois directement et par l'intermédiaire de nos mandats. La Firme appuie les organismes sans but lucratif et les projets qui s'harmonisent avec notre culture, en plus d'encourager l'engagement communautaire personnel des employés. En tant qu'organisation, nous cherchons à minimiser notre impact environnemental et conseillons à nos clients de faire de même. Tous nos bureaux suivent notre politique de responsabilité sociale de l'entreprise qui se concentre sur cinq domaines clés où nous avons le plus d'impact : la diversité et l'inclusion, le comportement éthique, l'investissement social, la performance environnementale et le développement du capital humain.

## Nous agissons avec honnêteté et intégrité en tout temps, par les conseils que nous offrons à nos clients et le travail que nous effectuons pour leur compte.

L'ensemble de notre travail doit pouvoir passer le test de l'examen public sans que l'intégrité, la réputation ou les qualifications de la Firme ou de nos clients ne soient mises en cause. Nous présentons honnêtement les services que nous fournissons ainsi que l'étendue et la profondeur de nos connaissances et de notre expérience. Nous assumons la responsabilité de nos propres actions et nous nous attendons à ce que les autres fassent de même.

Nous sommes toujours ouverts et transparents lorsque nous recueillons des informations pour un client ou lorsque nous cherchons à atteindre un objectif d'affaires. Nous encourageons les employés à exprimer leurs préoccupations, et nous ne souhaitons jamais que nos employés effectuent un travail auquel ils ne croient pas.

## Nous évitons les conflits d'intérêts.

Nous menons nos activités personnelles, rémunérées ou non, de manière à éviter tout conflit d'intérêts éventuel. Cela comprend le fait de ne pas offrir et de ne pas accepter un intérêt financier, une position, un paiement ou tout autre type d'avantage qui pourrait créer une situation réelle ou apparente de manque d'objectivité ou d'influence induite sur l'issue des décisions d'affaires. En cas de doute, nous demandons conseil auprès de collègues plus expérimentés et/ou obtenons des conseils juridiques. Nous informons les personnes concernées des situations qui pourraient créer de tels conflits dès que nous en avons pris connaissance.

## Nous protégeons la confidentialité et assurons la sécurité de la vie privée.

Notre relation avec nos clients est privée et n'est pas partagée sans leur consentement. Nous présumons que toute information que nous recevons dans le cadre de notre travail est confidentielle, à moins qu'elle soit déjà manifestation de notoriété publique. Le délit d'initié est expressément interdit; les informations relatives aux clients, quelles qu'en soient la source ou la nature, ne doivent pas être utilisées à des fins personnelles ou au profit d'autrui.

Nous prenons des mesures concrètes pour protéger toutes les données et les informations obtenues contre le vol, la perte ou toute utilisation autre que celle établie par le client, et nous nous conformons activement à la législation relative à la protection des données et de la vie privée telle que la Loi canadienne anti-pourriel (LCAP) et le règlement général sur la protection des données de l'Union européenne (GDPR).

# AU SEIN DU RÉSEAU

# CODES DE CONDUITE DE L'INDUSTRIE AUXQUELS ADHÈRE LA FIRME



## FAVORISER UN LIEU DE TRAVAIL POSITIF GRÂCE À LA FORMATION SUR L'ÉTHIQUE

AVENIR GLOBAL s'engage à favoriser un environnement de travail positif dans l'ensemble de ses marques. Conformément à cet engagement, nous exigeons que chaque nouvelle personne employée chez AVENIR GLOBAL suive trois cours d'éthique essentiels au cours de son premier mois de travail. Ces formations sont conçues pour doter notre équipe des compétences nécessaires pour identifier et prévenir le harcèlement au travail, reconnaître les conflits d'intérêts et promouvoir la diversité, l'équité et l'inclusion. Lancée en 2022, cette initiative a atteint une pleine participation, tout le personnel actuel d'AVENIR GLOBAL ayant suivi la formation avec succès.

### CANADA

- + Agrément A+ de l'Alliance des cabinets de relations publiques du Québec
- + Code d'éthique de l'Institut canadien des relations aux investisseurs (CIRI)
- + Code d'éthique professionnelle de la Société canadienne des relations publiques (SCRIP)
- + Code de déontologie de la Société québécoise des professionnels en relations publiques (SQPRP)
- + Registre des lobbyistes de la Colombie-Britannique
- + Registre des lobbyistes du Canada
- + Registre des lobbyistes du Québec

### ROYAUME-UNI + IRLANDE

- + Association of British Pharmaceutical Industry (ABPI)
- + Public Relations and Communications Association Code of Conduct
- + PRII Code of Professional Practice for Public Affairs & Lobbying
- + Irish PR's Code of Conduct for Persons Carrying on Lobbying Activities
- + Transparency of Lobbying, Non-Party Campaigning and Trade Union Administration Act 2014
- + British Healthcare Business Intelligence Association (BHBIA)

### ÉTATS-UNIS

- + Academy of Nutrition and Dietetics
- + PR Council Code of Ethics and Principles
- + Public Relations Society of America (PRSA) Code of Ethics
- + Sunshine Act

### INTERNATIONAL

- + European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations (EFPIA)
- + ICH Good Clinical Practices (GCP)
- + Insights Association – CASRO and MRA
- + International Association of Business Communicators (IABC) Code of Ethics
- + International Committee of Medical Journal Editors (ICMJE)
- + Good Publication Practice (GPP) Guidelines for Company-Sponsored Biomedical Research







**ENGAGEMENT  
SOCIAL**

---

# ENGAGEMENT SOCIAL

Chez AVENIR GLOBAL, nous nous efforçons de contribuer positivement au bien-être des communautés où nous sommes présents.

Même si nous avons une portée internationale, nous conservons des liens étroits avec les écosystèmes économiques locaux, et nous travaillons avec des entreprises et des fournisseurs régionaux lorsque c'est possible. Nous jouons également un rôle dans le développement social en soutenant des causes qui sont importantes pour nos équipes et nos communautés. Ces efforts se manifestent par des collectes de fonds, des campagnes de bénévolat, ainsi que l'offre de services *pro bono*.

Au fil des années, nous avons noué des relations significatives et durables avec plusieurs organismes et nous sommes toujours heureux de développer de nouveaux liens avec ceux et celles qui travaillent pour faire une différence. Donner fait partie intégrante de la vision d'AVENIR GLOBAL. Au-delà des efforts de la Firme, nous encourageons les membres de notre personnel à faire du bénévolat et à soutenir des causes qui leur tiennent à cœur.

## EN CHIFFRES

3600

heures de bénévolat dans nos communautés

100+

organisations soutenues par nos marques en 2023

212

organisations soutenues par nos leaders en 2023

# AU SEIN DU RÉSEAU



## JOURNÉES DE BÉNÉVOLAT CHEZ AVENIR GLOBAL

En 2023, AVENIR GLOBAL a lancé une nouvelle initiative pour permettre aux membres de ses équipes canadiennes de s'engager davantage auprès de leur communauté. Chaque personne dispose maintenant d'une journée de congé rémunérée par année pour faire du bénévolat auprès d'un organisme de son choix. Ce programme souligne l'importance de la responsabilité sociale pour AVENIR GLOBAL et reflète l'engagement de la Firme à encourager les contributions individuelles des membres de son équipe. Grâce à la mise en œuvre de ce programme dans nos opérations canadiennes, toutes les marques d'AVENIR GLOBAL offrent maintenant des journées de bénévolat dans le cadre de leurs politiques d'entreprise.



## 20 JOURNÉES DE DONS POUR LE 20<sup>E</sup> ANNIVERSAIRE D'AXON

Pour célébrer son 20<sup>e</sup> anniversaire, AXON a fait des dons à vingt organismes de charité au cours des vingt jours précédant l'anniversaire.

Les organismes ont été sélectionnés pour le travail important qu'ils accomplissent et qui aide à améliorer la qualité de vie des individus. Au cours de cette période, AXON a versé un total de 900 £ à des organisations dédiées notamment à la santé mentale, aux droits sexuels et reproductifs, au logement, à l'aide alimentaire ainsi qu'au soutien de diverses communautés, y compris les personnes 2SLGBTQIA+ et celles atteintes de cancer. La clientèle d'AXON a également été invitée à faire des dons à ces causes nobles. Les organismes bénéficiaires comprenaient : Shelter, The Manna Society, Mental Fight Club, Twelve, Blackfriars Settlement, Beyond Food, Na-Me-Res, The Salmon Youth Centre, Second Harvest, Street Health, The 519, The Shoebox Project, Hus Forbi, Mødrehjælpen, Sex & Samfund et Susan G. Komen.





## ÉVEILLER LES JEUNES DE SOUTHWARK

En 2023, Cherry a lancé le projet NextGen. Des études démontrent que les jeunes qui ont au moins quatre entretiens marquants avec un employeur ont 86 % moins de risque d'être sans emploi et peuvent gagner un salaire jusqu'à 22 % plus élevé au cours de leur carrière. S'appuyant sur ces données, le programme NextGen vise à faire découvrir des possibilités de carrière à des élèves de Southwark – l'un des arrondissements les plus défavorisés de Londres. Un groupe de 40 élèves soigneusement sélectionnés a été invité à vivre une journée typique dans une agence créative au bureau de Cherry à Londres. Les participants ont assisté à cinq ateliers portant sur la création, la rédaction, le numérique, la gestion de compte et la préparation d'un curriculum vitae. La journée a été couronnée de succès, les élèves ayant souligné que l'activité les avait aidés à clarifier leurs attentes par rapport à la vie en entreprise et avait éveillé leur intérêt pour des carrières qu'ils n'avaient jamais envisagées auparavant.



## AMPLIFIER LA CAMPAGNE MOOSE HIDE

Depuis trois ans, NATIONAL appuie la Campagne Moose Hide, un mouvement dirigé par des Autochtones qui est engagé dans la réconciliation et l'élimination de la violence fondée sur le genre par le biais de conversations, d'éducation et d'actions significatives. Dans les semaines précédant la journée clé de la campagne, le 11 mai, les équipes de NATIONAL à Toronto, Ottawa et Halifax ont contribué à sensibiliser les Canadiens et Canadiennes à cette importante cause. De plus, le 30 septembre – Journée nationale de la vérité et de la réconciliation au Canada – NATIONAL a organisé une séance de remue-méninges avec l'équipe Moose Hide, à laquelle vingt bénévoles des différents bureaux de NATIONAL au Canada ont participé, pour explorer des possibilités de partenariats, réfléchir à de nouvelles trames narratives et insuffler de nouvelles idées pour le prochain plan stratégique sur quatre ans de la campagne.



## DEUX JOURNÉES D'ENGAGEMENT AVEC AGE UK

En 2023, l'équipe de Hanover à Londres a consacré deux journées de bénévolat à Age UK, un organisme qui fournit chaque année un soutien, une présence et des conseils à des millions de personnes âgées. Leurs efforts se sont partagés entre deux centres. Le premier accueille des personnes âgées plus actives, offrant un programme d'activités conçu pour encourager le mouvement, favoriser la création de nouveaux liens d'amitié et améliorer leur qualité de vie. Le second est conçu pour les individus nécessitant un plus grand soutien, avec un personnel dédié et un programme d'activités quotidiennes comme les arts et l'artisanat, le chant, et les séances d'exercices. Les bénévoles de Hanover ont participé à une multitude d'activités dont le bingo, les classes d'exercice, le jardinage et une séance de manucure. Les deux journées se sont avérées enrichissantes et agréables pour tous, et l'équipe a hâte de répéter l'expérience à l'avenir.



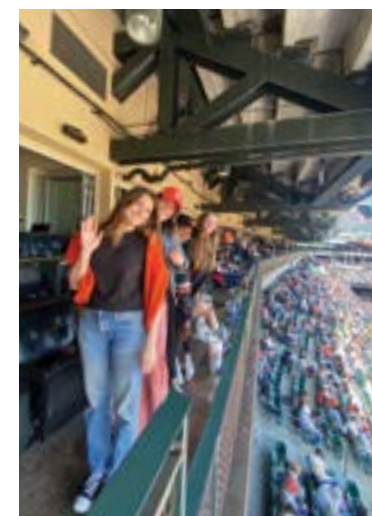
## UN NOUVEAU SOUFFLE POUR LE MUSÉE VALENTINE

Le musée Valentine de Richmond, en Virginie, est plus qu'un musée d'histoire; il est un catalyseur de conversations essentielles, un facilitateur d'échanges interculturels et porte-étendard de l'éducation à tous les âges. Inspiré par son nouveau plan stratégique, le Valentine a décidé de moderniser sa présence en ligne à l'occasion de son 125<sup>e</sup> anniversaire. En collaboration avec Padilla, le musée a lancé un nouveau site Web raffiné et convivial : [thevalentine.org](http://thevalentine.org). La nouvelle plateforme présentait une expérience de navigation repensée et des boutons d'appel à l'action clairs incitant les utilisateurs et utilisatrices – de la première visite aux navigations approfondies – à explorer, découvrir et s'inspirer de ses ressources.



## SE MOUILLER POUR NETTOYER REGENT'S CANAL

Les bureaux de Madano à Londres offrent une vue imprenable sur la Tamise; mais la réalité est moins reluisante sous la surface. Selon la directive-cadre sur l'eau de l'Union européenne, un seul des 41 plans d'eau de Londres obtient la note de passage en matière de propreté. Afin d'attaquer ce problème, Madano a organisé une collecte de déchets flottants le long de Regent's Canal en partenariat avec Moo Canoes. Les déchets posent des risques d'ingestion et d'emmêlement potentiellement mortels pour la faune variée qu'abrite le canal, ce qui peut, avec le temps, nuire à la biodiversité. Équipés de sacs à ordures et de pinces à déchets, 16 collègues de Madano ont passé deux heures à bord de canoës à nettoyer le plan d'eau et ses berges. Cette initiative s'est avérée une expérience agréable et bénéfique pour les membres du personnel, leur permettant d'avoir un impact positif sur leur environnement.



## UN COUP DE CIRCUIT POUR LE FONDS DES GIANTS

Le Giants Community Fund (GCF), l'organisme de bienfaisance affilié à l'équipe de baseball professionnelle de San Francisco, a touché la vie de plus de 400 000 jeunes de la région. Souhaitant augmenter sa portée, l'organisation a engagé SHIFT Communications pour faire rayonner son impact auprès des jeunes, des parents et des personnes ayant effectué un don. En deux mois, SHIFT a obtenu la publication de 45 reportages mettant en lumière la façon dont le GCF utilise le baseball et la balle-molle pour aider les enfants à acquérir des compétences essentielles et à devenir des acteurs positifs dans leur communauté. En plus d'attirer l'attention des médias sur certaines initiatives, telles que les collectes de gants et des collectes de fonds Stretch Drive, SHIFT a lancé le premier programme d'ambassadeurs de l'organisme, mettant en vedette des athlètes universitaires, ainsi que des campagnes publicitaires sur les médias sociaux pour en accroître la portée. Le programme a été un véritable coup de circuit pour augmenter la visibilité des efforts du GCF.





## RÉCHAUFFER LES CŒURS AVEC SHELTER NOVA SCOTIA

En réponse à la crise du coût de la vie qui perdure, Time & Space a choisi de soutenir Shelter Nova Scotia (Shelter NS) pendant la période des fêtes. Shelter NS est un organisme sans but lucratif qui offre des refuges et de l'assistance communautaire à ceux et celles qui en ont besoin dans la province. Pour une troisième année consécutive, Time & Space a mené des initiatives en financement en appui à Shelter NS, donnant ainsi un précieux coup de pouce à la mission de cet organisme essentiel pour assurer un abri sécuritaire aux personnes en situation d'itinérance.

# PROJETS ET ORGANISATIONS QUE NOUS SOUTENONS

Voici une liste d'organisations que nous avons soutenues par du bénévolat à l'échelle des bureaux, du travail *pro bono* et des dons en temps ou en argent en 2023.

- |  |  |   |  |
|--|--|---|--|
| + Action for Healthy Kids  | + Fondation de l'Hôpital général de Montréal           | + La grande journée des petits entrepreneurs                  | + Public Relations Society of America (Donald G. Padilla Community Excellence Award) |
| + Adsum House  | + Fondation de l'Université du Québec à Trois-Rivières | + Les Impatients  | + Quatuor MD   |
| + Age Action   | + Fondation des jeunes de la DPJ                       | + Les Petits Frères   | + Relations publiques sans frontières  |
| + Age UK   | + Fondation du Musée national des beaux-arts du Québec | + LEVELS  | + Réseau des Centres de ressources périnatales du Québec                             |
| + Apricity Fertility Clinic                                      | + Fondation Les Amis de Samuel                         | + LIFT Impact Partners  | + Réseaux des Centres de ressources périnatales du Québec                            |
| + Association des communicateurs municipaux du Québec            | + Fondation One Drop                                   | + Macmillan Cancer Support                                    | + Royal Columbian Hospital Foundation  |
| + Association québécoise de la distribution de fruits et légumes | + Fondation pour l'étude des génocides                 | + Magic Breakfast   | + Samaritans UK  |
| + Bankside Open Spaces Trust                                     | + Fondation Raoul Barré                                | + Maritime Children's Hospice                                 | + San Francisco Giants Community Fund  |
| + Blackfriars Settlement   | + FoodCycle  | + Mass Technology Leadership Council (Boston TechJam)         | + Sandpiper Ventures   |
| + Brigadoon Village  | + Forum des politiques publiques                       | + Maynard Childhood Cancer Foundation                         | + Shelter (England)  |
| + Campagne Moose Hide  | + Fondation économique internationale des Amériques    | + Métro Média   | + Société canadienne de la sclérose en plaques                                       |
| + Campaign Against Living Miserably                              | + Future of Hockey Lab                                 | + Minneapolis Regional Chamber (Minnesota Keystone Program)   | + Starlings Community Collective   |
| + Cancer Research UK   | + Halifax Convention Centre                            | + Minnesota Arts & Culture Coalition                          | + The BrandLab   |
| + Centraide  | + Hope Blooms  | + Minnesota Opera   | + The Itasca Project   |
| + Cercle canadien de Montréal                                    | + Hospice Halifax                                      | + Minnesota Technology Association (MnTech)                   | + Traid  |
| + Club des petits déjeuners                                      | + Ice River Sustainable Solutions                      | + Movember  | + TRUK United FC   |
| + Club M&A Québec  | + Imagine Canada                                       | + Musée des beaux-arts de la Nouvelle-Écosse                  | + Twin Cities PR BIPOC Career Explorer   |
| + Coalition mondiale contre le cancer de l'ovaire                | + Institut des administrateurs de société              | + NextGen   | + Université du Québec à Montréal  |
| + Commission de coopération environnementale                     | + Jeune Chambre de commerce de Québec                  | + Nocturne Halifax  | + Université Saint-Francis-Xavier  |
| + Disaster Emergency Committee                                   | + Jeunes Philanthropes de Québec                       | + North American Traditional Indigenous Food Systems (NATIFS) | + Veith House  |
| + EatWell Exchange   | + Jeux Autochtones de l'Amérique du Nord               | + North End Opportunities Fund                                | + Visual Arts Center of Richmond   |
| + Ernst & Young  | + Kidney Foundation of Canada                          | + Partenaires neuro   | + Whitechapel Mission  |
| + Fondation ARTÈRE   | + La Cantine pour tous                                 | + PartenaireSanté-Québec                                      | + Woman's Trust  |
| + Fondation Benny&Co.  | + La Factory   | + Pheasants Forever   | + Women for Election   |
| + Fondation CHU Sainte-Justine                                   | + La Gouvernance au féminin                            | + Phoenix Youth Programs                                      | + Youth Employment Services Montréal   |
| + Fondation de l'Hôpital de Montréal pour enfants                |  |   |  |





# ORGANISATIONS SOUTENUES PAR NOS LEADERS

Dans tout le réseau d’AVENIR GLOBAL, nos leaders s’impliquent personnellement dans plus de 200 organisations.

**Alan Dunton**  
*The Ocean Cleanup*

**Alexandre Boucher**  
*Fondation du Juvénat Notre-Dame du Saint-Laurent, Société canadienne du cancer (Souper de la jonquille de Québec)*

**Alexandre Cusson**  
*Québec Cinéma, Fédération des établissements d’enseignement privés, Collège Charles-Lemoyne*

**Alexandre Dumas**  
*Fondation pour l’alphabétisation (La Bourse Alpha), La Fondation David-Chiasson*

**Amy Fisher**  
*Minnesota Technology Association, Public Relations Society of America (Technology Section)*

**André Bouthillier**  
*Montréal Centre-Ville*

**Andrew Molson**  
*Fondation Molson, Institut sur la gouvernance d’organisations privées et publiques, Fondation de l’Université Concordia, La fondation evenko pour le talent émergent, Fondation de l’OSM, Le Neuro (L’Institut-hôpital neurologique de Montréal), Affaires / Arts, Croix bleue du Québec*

**Andrew Ross**  
*Université McGill*

**Blen Tameru**  
*People to People Aid Organization, United Way Greater Toronto, Toronto Children’s Chorus, Advancing Black Talent in Pharma*

**Carter Hutton**  
*International Association of Business Communicators (IABC) Maritime Canada*

**Chantal Benoit**  
*Moisson Montréal, La TOHU*

**Charles Lewington**  
*Bath Festival Orchestra, Conservative Party (UK)*

**Christian Ahuet**  
*Nova Soins à domicile*

**Darren Weiss**  
*Planned Parenthood, American Civil Liberties Union*

**David Heinsch**  
*Catholic Community Foundation of Minnesota*

**Donna Alteen**  
*Halifax Partnership, Entrepreneurs’ Organization (Scale Up Accelerators)*

**Edith Rochette**  
*Cercle canadien de Montréal, Le Club de Trafic de Montréal*

**Emma Kenny**  
*Healthcare Communications Association, PM Live (Communique Awards), F.E.A.S.T.*

**Emma Lemon**  
*Dundonald Primary School*

**Erin DeSimone**  
*Academy of Nutrition and Dietetics Foundation, Society for Nutrition Education and Behavior*

**François Crête**  
*Lobbyisme Québec, Relations publiques sans frontières*

**Gareth Morrell**  
*Magic Breakfast*

**Gavin Megaw**  
*Parkrun UK*

**Hayley Shaughnessy**  
*PerSISStence Theatre Company*

**Heath Rudduck**  
*Minneapolis Parks Foundation, Pillsbury United Communities, University of Minnesota (Masonic Cancer Center)*

**Jane Taber**  
*Carleton University*

**Janet MacMillan**  
*Halifax Harbour Bridges, QEII Health Sciences Centre Foundation, Conseils communautaires du CN, Eastpoint Engineering*

**Jean-Pierre Vasseur**  
*Maison Emmanuel*

**Jeff Wilson**  
*Visual Arts Center of Richmond*

**Jennifer Beres**  
*Coated in Love, Minnesota Boychoir, Second Harvest Heartland, VocalEssence*

**Jennifer McCormack**  
*Dystrophie Musculaire Canada, Université Mount Saint Vincent (mentorat), Toronto Animal Services, Femmes Leader en Pharma*

**Jillianne Gignac**  
*Caisse Desjardins de Saint-Hubert*

**Joel Erb**  
*Historic Poplar Lawn Association, Economic Development Authority (Petersburg, VA)*

**John Goundry**  
*St. Christopher’s (Hospice)*

**John Parisella**  
*Cérium, Fondation pour la langue française, Fusion Jeunesse, Jeune Chambre de Commerce du Montréal métropolitain, Mission Old Brewery*

**Jon Harvey**  
*Cancer Research UK, Macmillan Cancer Support, Support Dogs*

**Judith Lebel**  
*Alliance des cabinets de relations publiques du Québec, La Dauphinelle, Centraide*

**Julie-Anne Vien**  
*Club de natation du Rouge et Or de l’Université Laval, Fondation du Musée national des beaux-arts du Québec, Les Amis de Samuel, Premier Acte, Fitspirit*

**Julien Provencher-Proulx**  
*Fondation Émergence, AmCham Quebec, Fierté en aviation canadienne*

**Karen White**  
*Quest Canada*

**Katrina de Saram**  
*Centrepont*

**Kelvin Morgan**  
*Magic Breakfast*

**Kevin McCann**  
*Atlantic Provinces Economic Council, YMCA of Greater Halifax/Dartmouth*

**Kieran Delaney**  
*Alzheimer’s Society*

**Kim Blake**  
*Backpack Buddies Foundation of Loudoun*

**Kristan Hines**  
*Dalhousie University (Board of Governors), Downtown Halifax Business Commission, Phoenix Youth Programs, Camp Brigadoon*

**Laura Cubillos**  
*Action for Healthy Kids*

**Lorna Jennings**  
*Asthma Society of Ireland, MyMind, Philanthropy Ireland, Women for Election*

**Mariann Hohe**  
*Children’s Minnesota*

**Mark Seland**  
*Hamptons Community Association, Family Advocacy Support Centre*

**Matt Kucharski**  
*Greater Twin Cities United Way, Pheasants Forever, Quails Forever, Twin Cities Habitat for Humanity, Special Olympics Minnesota, Sportsmen for the Boundary Waters*

**Maude Samson**  
*Centraide, Fondation du Dr Julien*

**Maya Maroto**  
*Fed by Blue, Seafood Nutrition Partnership, National Institute of Food and Agriculture – The Gus Schumacher Nutrition Incentive Program (Produce Prescription Program), Journal of Nutrition Education and Behavior*

**Meaghan Beech**  
*The St. Joe’s Plate Committee*

**Melissa Lewis**  
*Seventh-Day Adventist Church (Ontario Conference), Save your Skin Foundation*

**Michel Lacroix**  
*Bibliothèque des jeunes de Montréal, Centraide*

**Michelle Renee**  
*City of Delta (Diversity, Inclusion & Anti Racism Committee), Delta Hospital Foundation, Greater Vancouver Board of Trade (Diversity and Inclusion Leadership Council), Out on Screen/Out in Schools*

**Mirabel Paquette**  
*Fédération des chambres de commerces du Québec, La Fondation HEC Montréal, Fondation CHU Sainte-Justine*

**Nadia Di Sciuollo**  
*Académie Ste-Thérèse, La grande journée des petits entrepreneurs, Resto Plateau, Festival Bach*

**Natalie Turner**  
*UNICEF, British Red Cross*

**Pierre Guillot-Hurtubise**  
*Comité préparatoire de la campagne de financement de la Cathédrale Marie-Reine-du-Monde*

**Rachel Rice**  
*Financial Executives International (Twin Cities), Riverton Community Housing, Alzheimer’s Association, Special Olympics Minnesota, The Salvation Army, Goodwill-Easter Seals Minnesota*

**Rébecca Mercier**  
*Société de Saint-Vincent de Paul de Montréal*

**Rebecca Pocock**  
*Lutheran Social Services of South Dakota, The Teddy Bear Den, Life 96,5 (KNWC-FM), Almost Home Canine Rescue, Maui Food Bank, Syrian American Medical Society Foundation*

**Richard Cowhig**  
*Portsmouth Cathedral, Baby Basics*

### Rick Murray

Mayo Clinic, I AM ALS, University of Vermont, Common Cause Education Fund, Helping Habit, KJZZ 91.5 radio, Musical Instrument Museum, Elyssa's Mission, Frank Lloyd Wright Foundation, St. Mary's Food Bank, Feeding America

### Robert Lupien

Université du Québec à Trois-Rivières

### Rupert Whitehead

Challengers, Disasters Emergency Committee

### Ryan Casey

The IAB Canada Atlantic Council, North End Opportunities Fund, Canadian Marketing Association (CMA) Awards

### Sabrina Duguay

Les Amis du Devoir

### Saeed Selvam

Enfants d'abord Canada

### Sam Robinson

Alzheimer's Society

### Samantha Walsh

Cancer Research UK, Macmillan Cancer Support

### Sarah Babbitt

Gifts to Give

### Sarah Young

Trans Canada Trail Board, Dalhousie University Advisory Council, YMCA of Greater Halifax/Dartmouth, Women Funding Women Advisory Council, Founder Atlantic Women Venture Foundation, Sandpiper Ventures

### Sébastien Boudreau

Centraide, Médecins sans frontière, Fondation de l'UQAM, Pointe-à-Callière (Relève philanthropique)

### Shawn Lowe

The Interactive Advertising Bureau of Canada (IAB Canada), EduNova Co-operative, Study and Stay – Nova Scotia Program, Canadian Marketing Association (CMA) Awards

### Stephanie Lyttle

McGill University (Public Relations Certificate Program)

### Sunny McKechnie

Oceanside Football Club, Imagine Canada

### Tanya DiPenta

Lésion Cérébrale Canada

### Thomas Gobeil

SynergiTIC, Jeune Chambre de commerce du Montréal Métropolitain

### Tina Charpentier

Girl Scouts River Valleys, Leukemia Lymphoma Society, Alzheimer's Association

### Tina Hahn

Cycling Without Age, Volunteering work with young adult with autism (local network initiative)

### Tom Jollie

Better Way Foundation, East Town Business Partnership, Minneapolis Downtown Council, Northern Star Scouting (Boy Scouts of America), Oratorio Society of Minnesota

### Valérie Beauregard

Relations publiques sans frontières

### Vincent Gagnon

Chambre de commerce et d'industries de Trois-Rivières, Fondation Trois-Rivières durable

### Yvan Loubier

Le Grand Pas

Chaque année, AVENIR GLOBAL organise un concours photos à l'échelle de la Firme. En 2023, nous avons reçu 75 soumissions de photos uniques qui illustrent la diversité du talent et des personnes qui composent notre Firme. Les photos qui apparaissent sur cette page et dans ce document sont tirées de ce concours.





04

PERFORMANCE  
ENVIRONNEMENTALE

---

# PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE

Chez AVENIR GLOBAL, nous nous engageons à réduire notre empreinte écologique et à promouvoir le développement durable.

Nous y parvenons d’abord en faisant des choix plus judicieux, qu’il s’agisse de sélectionner des bâtiments certifiés en matière de développement durable pour installer nos bureaux ou de veiller à ce que ces derniers soient équipés des dernières technologies de vidéoconférence afin de réduire les besoins en déplacements.

Nos marques agissent également au niveau local par la mise en œuvre de programmes internes visant à encourager l’utilisation des transports actifs ou publics, et d’initiatives éducatives destinées à promouvoir des habitudes durables. En tant que firme-conseil, nous pouvons également avoir un impact en soutenant des organisations environnementales, en effectuant du bénévolat ou en faisant des dons. Nous amplifions également notre portée en développant des expertises et des services destinés aux organisations impliquées dans la transition vers une économie plus propre.

## EN CHIFFRES

55%

de nos bureaux sont situés dans un édifice certifié LEED (ou équivalent)

100%

sont équipés de technologies de vidéoconférence pour limiter les déplacements

95%

de nos bureaux ont un programme de recyclage de papier, de cannettes et de bouteilles

70%

de nos bureaux ont un programme de recyclage des piles

40%

de nos bureaux ont un programme de récupération des matières organiques

90%

de nos bureaux ont un programme de recyclage de l’équipement informatique



# AU SEIN DU RÉSEAU



## OBJECTIF : NEUTRALITÉ CARBONE

Étant l'une des principales firmes de communication dans le monde, AVENIR GLOBAL s'engage à agir en tant qu'entreprise responsable, travaillant avec diligence pour améliorer l'impact social et environnemental de ses activités.

En 2023, la Firme a fait des progrès significatifs sur la voie du développement durable en se conformant à des normes internationalement reconnues pour la réduction du carbone.

Nos quatre marques en Europe et au Moyen-Orient – AXON, Cherry, Hanover et Madano – ont travaillé avec des agences de consultations spécialisées pour effectuer une évaluation complète de leur empreinte carbone en fonction des trois principaux types d'émission.

À la suite de cette évaluation, nos marques se sont engagées à réduire leurs émissions de type 1 et 2 de 70 % et les émissions de type 3 de 25 % d'ici 2030, avec l'objectif ultime d'atteindre la neutralité carbone d'ici 2040. Ces objectifs seront révisés chaque année par une entreprise indépendante qui travaillera avec nous pour améliorer la précision de nos données d'émissions.



## UN ÉCHANGE DURABLE

À l'occasion de la Journée mondiale du recyclage, le 22 mars, les marques d'AVENIR GLOBAL à Londres (AXON, Madano, Cherry et Hanover) ont organisé un grand échange de vêtements dans leurs bureaux de Riverside House. L'événement visait à souligner l'importance du recyclage des vêtements et à encourager les collègues à donner une deuxième vie à leurs articles inutilisés.

Les personnes participantes ont ainsi pu échanger des vêtements qui dormaient dans leurs tiroirs pour des trouvailles de seconde main. Les articles qui n'ont pas été réclamés ont été remis à Traid, un organisme dont la mission est de réduire les déchets textiles à travers le Royaume-Uni. Traid a mis en place une approche innovante pour générer des fonds et des ressources à partir des vêtements d'occasion, atténuant ainsi les impacts environnementaux et sociétaux associés à l'industrie de la mode.

Grâce à cet événement, pas moins de 93 kg de vêtements et de chaussures ont évité l'enfouissement. Cette initiative a également contribué à réduire des émissions de carbone d'environ 0,83 tonne et à économiser 156 mètres cubes d'eau. La vente de ces vêtements dans les magasins de Traid financera des projets internationaux dédiés à l'amélioration des conditions et des pratiques au sein de l'industrie du textile.



## COUPER LE PLASTIQUE

Les plastiques à usage unique (PUU) représentent une menace importante pour les écosystèmes, la faune et la santé humaine, comme en témoigne la présence croissante de plastique dans les fruits de mer que nous consommons. Pour faire face à ce problème environnemental, Hanover s'est donné comme mission de réduire la consommation de ces plastiques dans ses bureaux et sa chaîne d'approvisionnement. L'équipe de Hanover a procédé à une analyse détaillée de son utilisation annuelle de PUU et exploré diverses stratégies de réduction ou d'élimination. L'équipe a notamment pris des mesures pour assurer un approvisionnement suffisant en couverts réutilisables afin d'éviter l'utilisation d'ustensiles jetables, a installé de fontaines à eau pour réduire les achats d'eau embouteillée et a interdit l'utilisation de pailles et de pellicule alimentaire dans les cuisines des bureaux.



## VERDIR LA COMMUNAUTÉ

En 2023, Cherry a organisé une journée de bénévolat en collaboration avec Bankside Open Spaces Trust, un organisme voué à l'amélioration de la santé et du bien-être des gens par l'aménagement de magnifiques espaces verts dans les quartiers londoniens de Southwark et Lambeth. Pour la troisième année consécutive, un groupe de neuf bénévoles de Cherry se sont retroussé les manches, concentrant cette fois-ci leurs efforts sur l'entretien de Hatfields Green. Au cours de cette journée, ils ont notamment procédé au ratissage des feuilles, à la taille des végétaux, au ramassage des déchets et au désherbage. L'équipe de Cherry s'engage à travailler avec des organismes qui servent la communauté du Bankside. De telles initiatives permettent à l'équipe d'avoir un impact positif sur leur communauté.

05

DÉVELOPPEMENT  
DU CAPITAL HUMAIN

---





# DÉVELOPPEMENT DU CAPITAL HUMAIN

Chez AVENIR GLOBAL, nous croyons que la meilleure façon d’attirer et d’inspirer des talents de haut calibre est d’investir dans les gens.

Tout au long de leur parcours au sein de la Firme, les membres du personnel peuvent participer à divers programmes de développement professionnel proposés aux niveaux local, national et international, et ce, à toutes les étapes de leur carrière. Nous encourageons nos collègues à saisir les occasions d’apprentissage, tant internes qu’externes, qui correspondent à leurs objectifs de développement personnel et à leurs ambitions professionnelles.

Nous croyons également qu’il est important de célébrer les réalisations exceptionnelles par nos programmes de reconnaissance du personnel à l’échelle de la Firme, tels que les Prix d’excellence et les Prix reconnaissance, qui récompensent les performances allant au-delà des attentes. Nous affinons et développons continuellement nos pratiques afin que notre Firme, notre culture, et notre équipe reflètent la société d’aujourd’hui.

## EN CHIFFRES

23769 96

heures de développement  
professionnel en 2023

membres du personnel  
récompensés par les  
Prix d’excellence

54 77

personnes ayant participé aux  
activités de L’Institut 101, 201  
et 301

membres de l’équipe  
récompensés par le programme  
des Prix reconnaissance

41 10

prix de l’industrie  
gagnés en 2023

webinaires dans le cadre de  
nos programmes Destination  
numérique et Modèle de  
leadership visionnaire

# L'INSTITUT

AVENIR GLOBAL se démarque des autres firmes de communication par son engagement à favoriser une culture d'apprentissage.

Tous les programmes de formation de la Firme – à l'échelle du réseau ou localement – sont offerts sous les auspices de L'Institut. L'objectif de L'Institut est d'offrir des occasions d'apprentissage multiplateformes à la fine pointe de la technologie à l'ensemble des employés du réseau. Avec 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.

Depuis le lancement de L'Institut en 2001, nous continuons d'explorer les nouvelles possibilités pour satisfaire la curiosité des membres de notre personnel.

## L'apprentissage formel, dans l'ensemble du réseau

Nous offrons des séances de formation sur invitation à travers la Firme, dont les programmes L'Institut 101, 201 et 301 pour les nouveaux membres du personnel, les conseillers expérimentés et les leaders de la Firme, notre formation phare sur notre Modèle de leadership visionnaire (MLV), et le programme Destination numérique axé sur la littératie et les compétences numériques.

## Offres de formation locales

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

## Apprentissage autodirigé

Nous invitons les membres du personnel à élargir leurs connaissances par des activités autodirigées propres à leur secteur, telles que les webinaires ou des conférences, des baladodiffusions, des lectures ciblées ou des cours en ligne.

## Mentorat et coaching

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 établi dans les bureaux de Montréal et de Toronto; ce programme jumelle des conseillers et conseillères avec des personnes occupant des postes de niveau supérieur. Les initiatives de mentorat et de coaching sur une base individuelle sont également reconnues.

# AU SEIN DU RÉSEAU



## L'INSTITUT 101, 201 ET 301

Chaque année, des membres du personnel choisis parmi nos différents bureaux sont invités à participer à des ateliers en présentiel dirigés par les pairs, conçus sur mesure pour les aider à développer leurs aptitudes professionnelles, favoriser la collaboration interbureaux et offrir des occasions de réseautage.

**L'Institut 101** est une séance de trois jours s'adressant aux membres de l'équipe peu expérimentés se déroulant à Montréal au printemps. Les personnes participantes explorent différents aspects de la gestion des affaires et acquièrent des compétences fondamentales en communications. La séance se penche sur des sujets clés pour les relationnistes, comme la gestion des attentes de la clientèle, la gestion de projet et le développement des affaires.

**L'Institut 201** se déroule sur deux jours à notre bureau de Toronto durant l'été. Cet atelier est conçu pour aider nos collègues plus expérimentés à devenir des partenaires de confiance en leur transmettant les outils nécessaires pour mieux répondre aux besoins de notre clientèle actuelle et potentielle.

En 2023, nous avons aussi lancé la troisième cohorte de **L'Institut 301**, un programme d'un an destiné à nos leaders. Ce programme a pour but de les sensibiliser aux éléments clés qui font avancer la Firme à l'échelle globale.



## MODÈLE DE LEADERSHIP VISIONNAIRE

Le Modèle de leadership visionnaire (MLV) est un cadre de travail complet qui guide l'approche gagnante d'AVENIR GLOBAL en matière de services-conseils. Dans chaque bureau, des ambassadeurs et ambassadrices MLV désignés tiennent régulièrement des séances d'introduction pour les nouveaux collègues et aident ceux-ci à appliquer le modèle dans leur quotidien. Une série de webinaires s'intéresse aux thèmes centraux du MLV. En 2023, la programmation comprenait, entre autres, une conversation sur le leadership avec les responsables des ressources humaines de nos marques; un panel sur la gestion des relations au sein du réseau; et un autre panel au cours duquel des collègues ont partagé leurs points de vue et leurs stratégies en matière de développement des affaires.



## DESTINATION NUMÉRIQUE

Le programme Destination numérique est conçu pour aider les relationnistes de tous les niveaux à demeurer à jour sur les tendances, outils et meilleures pratiques dans le monde de la communication numérique. Le curriculum comprend les « Conversations numériques », une série de webinaires où les experts du réseau d'AVENIR GLOBAL partagent leurs connaissances sur une variété de sujets, avec la participation occasionnelle d'invités externes. En 2023, le programme a présenté six webinaires, chacun mettant en lumière un aspect de la communication numérique, dont l'intelligence artificielle, la stratégie basée sur les données, le marketing d'influence, l'optimisation pour les moteurs de recherche et l'achat média.





# PRIX D'EXCELLENCE

Les Prix d'excellence visent à reconnaître les réalisations exceptionnelles des employés de la famille AVENIR GLOBAL aussi bien sur un plan local que mondial.

L'objectif du programme est de souligner le travail des employés qui, par leur contribution extraordinaire, viennent renforcer les valeurs et la vision de la Firme, promouvoir le développement et soutenir sa position de chef de file de la communication et des affaires publiques.

Parmi 255 candidatures soumises par leurs collègues, 96 lauréats ont été sélectionnés cette année pour leurs réalisations dans sept catégories. Les prix ont été remis lors de cérémonies locales pour chacun de nos bureaux.

En plus des gagnants dans les catégories locales, deux collègues ont également reçu des prix de reconnaissance internationaux.

## PRIX EFFET AVENIR GLOBAL 2023



**MEAGHAN BEECH** (NATIONAL TORONTO)

Le Prix effet AVENIR GLOBAL est remis à l'employé(e) qui représente le mieux les valeurs de la Firme et qui les incarne par le regard neuf qu'il ou elle pose sur les enjeux et les relations de confiance qu'il ou elle établit avec nos clients et partenaires.

La lauréate 2023 du Prix effet AVENIR GLOBAL est Meaghan Beech. Meaghan a été un facteur déterminant dans une année marquée par des changements positifs pour le bureau de NATIONAL à Toronto, particulièrement depuis sa promotion en tant que chef de cabinet. Elle a joué un rôle clé pour aider deux nouveaux associés directeurs – Brian Pearl à Toronto et Mark Seland dans l'Ouest canadien – à s'établir dans leurs nouvelles responsabilités.

Meaghan a été décrite comme la coéquipière idéale. Elle est toujours la première à partager le mérite avec ses collègues, et à se lever pour défendre son équipe lorsqu'un conflit survient avec un client. Sa façon d'offrir des conseils et du soutien de manière humble, mais concise, lui a permis de développer des relations solides avec plusieurs personnes au sein de la Firme. Tout le monde souhaite faire partie de son équipe lorsque des projets émergent.

Meaghan se distingue également par sa capacité à gérer les relations avec les clients avec agilité et à mener de nouvelles initiatives d'affaires. Elle prêche par l'exemple, se retrousse les manches et sait comment faire arriver les choses. En ce sens, elle incarne véritablement les valeurs d'AVENIR GLOBAL, et son engagement inspire les autres à suivre sa voie au sein de la Firme.

## PRIX LUC-BEAUREGARD 2023



**JONTY SUMMERS** (HANOVER DUBAÏ)

Le Prix Luc-Beauregard 2023, dédié à la mémoire de notre fondateur, est décerné au lauréat dont la candidature et la performance au cours de l'année se sont le plus démarquées parmi tous les gagnants locaux.

Gagnant du Prix leader de talent chez Hanover, Jonty Summers a été sélectionné comme le gagnant du Prix Luc-Beauregard pour ses réalisations en tant que directeur général du bureau de Hanover à Dubaï.

Jonty a créé le bureau de Dubaï en 2017 et a mené son expansion rapide. Bien qu'il évolue dans un marché difficile, avec des clients exigeants et dans des conditions parfois ardues, il dirige l'un des groupes les plus motivés chez Hanover. Jonty tire une grande fierté de cette équipe qu'il a personnellement bâtie, et il est toujours prêt à souligner et récompenser leurs efforts. Il sait comment tirer le meilleur de ses employés, tout en s'assurant que les attentes soient remplies.

Jonty joue également un rôle clé en tant que mentor auprès des leaders émergents chez Hanover. Il a soutenu le développement de deux directeurs au sein de son équipe, qui sont devenus des contributeurs importants au sein de la Firme.

Le leadership de Jonty et sa capacité à unifier les gens autour d'un objectif commun a mené à des succès remarquables avec les clients pour Hanover au Moyen-Orient. Par ces réalisations, Jonty incarne parfaitement l'esprit du prix Luc-Beauregard.



# NOS GAGNANTS LOCAUX

## PRIX SOUTIEN À L'ÉQUIPE CONSEIL

- + Sharika Kandasamy (AVENIR GLOBAL Toronto)
- + Larry Ng (AVENIR GLOBAL Toronto)
- + Dinorah Lopez Cebada (AVENIR GLOBAL Calgary)
- + Rolande Bernier (NATIONAL Montréal)
- + Esther Boivin (NATIONAL Québec)
- + Sophie Blondin (NATIONAL Halifax)
- + Stephanie Hill (AXON Londres)
- + Alicia Bossey (AXON Londres)
- + Sophie Mitchell (Madano)
- + Lauren Chamberlain (Cherry)
- + Lynsi Godwin (Cherry)
- + Claire Sherry (Hanover Londres)
- + Sarah Babbitt (SHIFT Boston)
- + Trish Neumann (Padilla Minneapolis)

## PRIX ENGAGEMENT ET COLLABORATION

- + Alexandra Dubé (AVENIR GLOBAL Montréal)
- + Hugo Morissette (NATIONAL Montréal)
- + Stéphane Gasse (NATIONAL Québec)
- + Emma Clarkin (NATIONAL Toronto)
- + Sydney Boll (NATIONAL Calgary)
- + Lauren Howard (NATIONAL Halifax)
- + Hayley Shaughnessy (NATIONAL Halifax)
- + Bryony Kay (AXON Londres)

- + Leni Vandekerckhove (AXON Copenhagen)
- + Paulina Koppenhagen (Madano)
- + Jack Bear (Cherry)
- + Serkan Yaman (Cherry)
- + Amy Williams (Hanover Londres)
- + Subodh Tailor (Hanover Londres)
- + Heather Bruton (Hanover Dublin)
- + Nicole Fiori (SHIFT New York)
- + Janelle Davis (SHIFT Boston)
- + Michelle McCoy (SHIFT Boston)
- + Kim Foster (Padilla Richmond)
- + Denis Grega (Padilla Richmond)
- + John Scally (Padilla New York)
- + Lauren Hartley (Padilla New York)
- + Mike Garcia (Padilla New York)
- + Alyssa Dettloff (Padilla Minneapolis)
- + Madeleine Rivard (Padilla Minneapolis)
- + Marissa Matchey (Padilla Minneapolis)
- + Leah Kondes (Padilla Minneapolis)
- + Jean Owan Curran (FoodMinds Chicago)

## PRIX GESTION ET DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES

- + André Bouthillier (NATIONAL Montréal)
- + Misty Meeks (NATIONAL Toronto)
- + Bridgette Slater (NATIONAL Calgary)
- + Kaisa Oland (NATIONAL Halifax)
- + Carolyn Armstrong (AXON Londres)
- + Reghu Venkatesan (Madano)
- + James Cockerill (Cherry)

- + Tom Jollie (Padilla Minneapolis)
- + Heidi Murphy (Padilla Chicago)

## PRIX MODÈLE DE LEADERSHIP VISIONNAIRE (MLV)

- + Michel Lacroix (NATIONAL Montréal)
- + Yash Dogra (NATIONAL Toronto)
- + Tanya DiPenta (NATIONAL Halifax)
- + Blen Tameru (AXON Clinical Studies)
- + Rose-Marie Falconer (AXON Londres)
- + Emma Barrow (Madano)
- + Theresa Masnik (SHIFT New York)
- + Jen Baybutt (Padilla Richmond)
- + Mariann Hohe (Padilla Minneapolis)
- + Chelsea Elkin (Padilla New York)

## PRIX INNOVATION

- + Vincent Gagnon (NATIONAL Montréal)
- + Tyrone Murphy (NATIONAL Toronto)
- + Leah Thomson (NATIONAL Calgary)
- + Iain Deans (NATIONAL Halifax)
- + Julia Peics (AXON Copenhagen)
- + Gabriella Mallia (AXON Clinical Studies)
- + Kieran Delaney (Cherry)
- + Laura Roberts (Hanover Londres)
- + Chris Liakos (Padilla Minneapolis)
- + Joel Erb (Padilla Richmond)
- + Peter Vigliarolo (Padilla New York)

## PRIX LEADER DE TALENTS

- + Aigerim Ng (AVENIR GLOBAL Calgary)
- + Sabrina Duguay (NATIONAL Montréal)
- + Jennifer McCormack (NATIONAL Toronto)
- + Craig MacPhail (NATIONAL Toronto)
- + Jon Richard (NATIONAL Halifax)
- + Jane Taber (NATIONAL Halifax)
- + Sophie Bullock (AXON Londres)
- + Danielle Campbell (Madano)

- + Katy Compton-Bishop (Madano)
- + Joe Bean (Cherry)
- + Diva Rook (Cherry)
- + Jonty Summers (Hanover Dubaï)
- + Georgia Hunt (Hanover Londres)
- + Amber Rubin (SHIFT San Francisco)
- + Katina Shelton (Padilla Minneapolis)
- + Sarah Fox (Padilla New York)
- + Sam Campbell (Padilla New York)
- + Kim Blake (Padilla Washington)

## PRIX DIVERSITÉ ET INCLUSION

- + Julien Provencher-Proulx (NATIONAL Montréal)
- + Erika MacKenzie (NATIONAL Toronto)
- + Siera Draper (NATIONAL Ottawa)
- + Michael Tilley (Cherry)
- + Viviana Pinzon (Padilla New York)
- + Perry Lowder (Joe Smith Richmond)

# RÉCOMPENSES POUR NOS QUALITÉS D'EMPLOYEUR

Grâce à l'engagement sans borne de nos équipes à créer un environnement de travail sain et à favoriser l'excellence, nous avons eu l'honneur de recevoir les récompenses suivantes :

2024 GREAT PLACE TO WORK IN THE U.K.

AXON et CHERRY

2023 BEST WORKPLACES FOR WOMEN IN THE U.K.

AXON et CHERRY

2023 GREAT PLACE TO WORK IN THE U.K.

AXON et CHERRY

2023 BEST WORKPLACE FOR WELLBEING IN THE U.K.

AXON



# NOS PLACES D’AFFAIRES

## AVENIR GLOBAL

1155, rue Metcalfe, bureau 800  
Montréal (Québec) H3B 0C1  
Canada  
T : +1 514-843-2343

*Andrew T. Molson, président du conseil*

*Jean-Pierre Vasseur,  
président et chef de la direction*

*Valérie Beauregard,  
vice-présidente exécutive*

*Royal Poulin, vice-président exécutif  
et chef de la direction financière*

## AXON

### Copenhague

Hellebæk Klædefabrik  
Nordre Strandvej 119 E  
3150 Hellebæk  
Danemark  
T : +45 29 88 05 87

*Tina Hahn, vice-présidente*

### Londres

Riverside House, Level 6  
2A Southwark Bridge Road  
Londres SE1 9HA  
Royaume-Uni  
T : +44 20 3595 2400

*Ralph Sutton, associé directeur  
international et président*

### New York

4 World Trade Center  
150 Greenwich Street, 48<sup>th</sup> floor  
New York, New York 10007  
États-Unis  
T : +1 914-701-0100

*Colette Balaam, conseillère spéciale*

### Toronto

*AXON Clinical Studies*  
320, rue Front Ouest, bureau 1600  
Toronto (Ontario) M5V 3B6  
Canada  
T : +1 416-586-0180

*Silvia de Carvalho, chef de pratique*

## CHERRY

### Londres

Riverside House, Level 6  
2A Southwark Bridge Road  
Londres SE1 9HA  
Royaume-Uni  
T : +44 20 7940 7310

*Michael Evans,  
président et associé directeur*

### New York

4 World Trade Center  
150 Greenwich Street, 48<sup>th</sup> floor  
New York, New York 10007  
États-Unis  
T : +1 646-701-0044

*Michael Evans,  
président et associé directeur*

### Chicago

330 South Wells, 4<sup>th</sup> floor  
Chicago, Illinois 60606  
États-Unis  
T: +1 312-258-9500

*James Cockerill, vice-président*

## HANOVER

### Londres

Riverside House, Level 6  
2A Southwark Bridge Road  
Londres SE1 9HA  
Royaume-Uni  
T: +44 20 7400 4480

*Charles Lewington, président exécutif  
du conseil d’administration*

*Gavin Megaw,  
président et associé directeur*

### Bruxelles

Square de Meeûs 35  
1000 Bruxelles  
Belgique  
T: +32 2 588 26 01

*Claudia La Donna, directrice générale*

### Dublin

Wythe Building  
48-50 Cuffe St  
Dublin 2  
Irlande  
T: +353 1 969 4086

*Lorna Jennings, directrice générale*

### Abou Dhabi

Office 509  
Building 6  
Park Rotana Office Complex, Khalifa Park  
PO Box 769663, Abou Dhabi  
Émirats arabes unis  
T: +971 2 641 1030

*Jonty Summers, directeur général*

### Dubaï

Office 207/208  
Thomson Reuters Building 01  
Dubai Media City  
PO Box 502420, Dubaï  
Émirats arabes unis  
T: +971 4 375 2737

*Jonty Summers, directeur général*

### Riyad

6299 Sail AlDolah AlHamadani St.  
AlZahra District 12815,  
Riyad  
Arabie Saoudite  
T: +966-59 830 0809

*Mohammed AlMaskati, directeur général*

## MADANO

### Londres

Riverside House, Level 6  
2A Southwark Bridge Road  
Londres SE1 9HA  
Royaume-Uni  
T : +44 20 7593 4000

*Michael Evans,  
président et associé directeur*

### New York

4 World Trade Center  
150 Greenwich Street, 48<sup>th</sup> floor  
New York, New York 10007  
États-Unis

*Michael Evans,  
président et associé directeur*

CABINET DE RELATIONS  
PUBLIQUES NATIONAL

**Calgary**  
Calgary Place  
330, 5<sup>th</sup> Avenue SW, bureau 1920  
Calgary (Alberta) T2P 0L4  
Canada  
T : +1 403-531-0331  
*Mark Seland, associé directeur*

**Halifax**  
1625, rue Grafton, bureau 1600  
Tour Sud  
Halifax (Nouvelle-Écosse) B3J 0E8  
Canada  
T : +1 902-420-1860  
*Kevin McCann, associé directeur*

**Montréal**  
1155, rue Metcalfe, bureau 800  
Montréal (Québec) H3B 0C1  
Canada  
T : +1 514-843-7171  
*Martin Daraiche,  
président et associé directeur*

**Ottawa**  
220, avenue Laurier Ouest, bureau 610  
Ottawa (Ontario) K1P 5Z9  
Canada  
T : +1 613-233-1699  
*Gordon Taylor Lee, associé directeur*

**Québec**  
140, Grande Allée Est, bureau 670  
Québec (Québec) G1R 5M8  
Canada  
T : +1 418-648-1233  
*Julie-Anne Vien, associée directrice*

**Saint John**  
One Market Square, bureau N301  
Saint John (Nouveau-Brunswick) E2L 4Z6  
Canada  
T : +1 506-672-1860  
*Stephanie Bell, directrice*

**Saint-Jean**  
34, rue Harvey, bureau 324  
Saint-Jean (Terre-Neuve-et-Labrador)  
A1C 2G1  
Canada  
T : +1 709-754-9614  
*Kevin McCann, associé directeur*

**Toronto**  
320, rue Front Ouest, bureau 1600  
Toronto (Ontario) M5V 3B6  
Canada  
T : +1 416-586-0180  
*Brian Pearl, associé directeur*

**Vancouver**  
1600–675 West Hastings Street  
Vancouver (Colombie-Britannique) V6B 1N2  
Canada  
T : +1 604-684-6655  
*Mark Seland, associé directeur*

PADILLA

**Minneapolis**  
1101 West River Parkway, Suite 400  
Minneapolis, Minnesota 55415  
États-Unis  
T: +1 612-455-1700  
*Matt Kucharski, président*  
*Mariann Hohe, vice-présidente,  
Analyse et stratégie (Padilla)*

**Chicago**  
330 South Wells, 4<sup>th</sup> floor  
Chicago, Illinois 60606  
États-Unis  
T: +1 312-258-9500  
*Erin DeSimone, vice-présidente principale  
et chef de groupe (FoodMinds)*

**New York**  
4 World Trade Center  
150 Greenwich Street, 48<sup>th</sup> floor  
New York, New York 10007  
États-Unis  
T: +1 212-229-0500  
*Jen Dobrzelecki, vice-présidente principale  
et chef de groupe, Santé (Padilla)*  
*Lauren Tannenbaum, vice-présidente  
principale et chef de groupe (Joe Smith)*

**Richmond**  
101 West Commerce Road  
Richmond, Virginie 23224  
États-Unis  
T: +1 804-675-8100  
*Jeff Wilson, vice-président, Culture  
d’entreprise et chef de cabinet (Padilla)*  
*Matt Brehony, vice-président, Marques  
(Joe Smith)*

**San Francisco**  
456 Montgomery, 15<sup>th</sup> floor  
San Francisco, Californie 94104  
États-Unis  
T: +1 650-860-5010  
*Laura Cubillos, vice-présidente exécutive  
(FoodMinds)*

**Washington**  
1100 G Street NW, Suite 805  
Washington, D.C. 20005  
États-Unis  
T: +1 202-684-6058  
*Katia Padilla, directrice principale (Padilla)*

SHIFT COMMUNICATIONS

**Boston**  
120 St. James Avenue, 6<sup>th</sup> floor  
Boston, Massachusetts 02116  
États-Unis  
T: +1 617-779-1800  
*Amanda Munroe, vice-présidente principale  
et chef de groupe*

**New York**  
4 World Trade Center  
150 Greenwich Street, 48<sup>th</sup> floor  
New York, New York 10007  
États-Unis  
T: +1 646-756-3700  
*Amanda Munroe, vice-présidente principale  
et chef de groupe*

**San Francisco**  
456 Montgomery Street, 15<sup>th</sup> floor  
San Francisco, Californie 94104  
États-Unis  
T: +1 415-591-8400  
*Alan Dunton,  
directeur général et chef de groupe*

TIME & SPACE

**Halifax**  
2570, rue Agricola  
Halifax (Nouvelle-Écosse) B3K 4C6  
Canada  
T: +1 902-429-8463  
*Donna Alteen,  
fondatrice et chef de la direction*  
*Shawn Lowe, président*



DEPUIS 1976 EST<sup>®</sup>

# AVENIRGLOBAL

---

**AXON** cherry **hanover** **madano** N|A|T|I|O|N|A|L ↻ **padilla** SHIFT/ **time&space**