

# .Repl!q

**Coopérative de  
conception de marques**

## Rapport de Mission

### **Contact**

Laurine Leyrat  
laurine@repliq.fr  
0616733583

# Faire des Marques

## un levier de Transition

.Repliq est née de cette volonté de se rendre utile et, à travers elle, de rendre utile son métier. Convaincus que les marques, par leur force symbolique et narrative, peuvent être des atouts pour réussir les nécessaires transitions socio-environnementales de notre époque, nous œuvrons au quotidien pour faire des marques, un levier de transition performant.

C'est la mission que nous nous sommes donnée et que nous avons souhaité inscrire dans nos statuts dès la création de .Repliq en mars 2022. Bien maladroitement, certainement, et de manière imparfaite nous en avons conscience, mais elle est là, comme la première pierre de notre entreprise engagée, responsable et citoyenne. Cette

première pierre en appelle d'autres. Elle devra être étayée, consolidée, affinée peut-être mais solidement ancrée dans le terrain de nos convictions propres.

Ce premier rapport de mission rend compte de la pose de cette première pierre. Il se veut analytique, constructif et critique afin de consolider les bases de notre engagement pour la société.

**Car oui, nous considérons que « Faire Entreprise » est un acte politique et citoyen.**

**Laurine Leyrat & Baptiste Lhopitault,**  
co-gérant.es de la coopérative

# Notre coopérative

.Repliq est une coopérative de conception. Elle accompagne principalement des structures engagées (impact, ess, société à mission) ou en transition dans la formalisation de leur marque : ce qu'elle est (son identité), ce qu'elle offre (sa proposition de valeur, d'utilité sociale) et ce qu'elle véhicule (son récit, ses engagements). Sous statut coopératif depuis 2022, .Repliq étend son champ d'action sur le grand Sud-Ouest, entre Toulouse, Bordeaux et Montpellier. Une approche locale et de proximité qui fait sens avec la mission que défend .Repliq (société à mission depuis 2022) et qui s'incarne à travers ses objectifs statutaires : maintenir une empreinte écologique faible et développer de nouvelles pratiques marketing. La gouvernance territoriale fait partie de ces nouvelles pratiques. C'est pourquoi .Repliq s'engage avec les acteurs locaux (parcours ADRESS, Première Brique, AD'OCC) pour faire émerger des marques actives, juste et citoyennes en Occitanie.

## Nos métiers

.Repliq articule son modèle hybride autour de 5 métiers.

### **Transformation Marketing**

Nous accompagnons les entreprises dans la (re)définition de leur modèle économique en prenant en compte les enjeux socio-environnementaux.

**Marketing de l'Offre | Études d'Opportunité**

### **Marques actives**

Nous donnons corps à des marques actives pour la transition, à travers leur stratégie, leur identité et leurs messages.

**Stratégie | Plateforme de Marque | Branding | Production de Contenus**

### **Communication**

Nous créons des supports, imaginons des stratégies et mettons en place des campagnes dans les règles de l'art de la communication responsable.

**Stratégie | Supports | Publicité**

### **Numérique**

Nous accompagnons nos clients dans la maîtrise de leurs usages numériques et le développement de leurs services en ligne.

**Sites Kirby | Web Design**

### **Accompagnement**

Nous accompagnons les entrepreneur-es, dirigeant-es et professionnel·les de la communication et du marketing dans le développement de leurs pratiques.

**Formation Professionnelle | Accompagnement Individuel**

## Notre équipe

### Laurine Leyrat – Directrice Artistique

Laurine incarne la direction artistique de la coopérative. Elle imagine des identités de marques, conçoit des supports et campagnes de communication dans une démarche d'écoconception. Elle assure également la co-gérance de l'entreprise et est membre fondatrice de .Repliq.

### Baptiste Lhopitault – Designer

Co-fondateur et co-gérant de la coopérative, Baptiste accompagne nos clients dans la maîtrise de leurs usages numériques (digitalisation des systèmes d'information, audit et formation) et le développement de leurs services en ligne via des solutions open source (Kirby), et une approche d'écoconception web.

### Aurélien Vialette – Chef de projet Marques Actives

Membre du trio fondateur de la coopérative, Aurélien occupe un rôle transverse dans l'accompagnement des marques. De la définition des stratégies à l'accompagnement des personnes en passant par la conception d'éléments de langage, Aurélien intervient sur toute la chaîne de valeur des marques actives.

### Marie Sainz – Graphiste

Marie a rejoint l'équipe en septembre 2023 dans le cadre d'un contrat en alternance avec l'école Ynov Campus Toulouse. Elle vient renforcer le pôle création de la coopérative.

## Notre écosystème

### Le Bureau

.Repliq opère son activité depuis ses locaux du 34 Port Saint-Sauveur à Toulouse. Un bureau partagé avec la coopérative Yokwé Films et l'entrepreneure Chloé Demaison.

### L'Entrepriserie

.Repliq est membre de l'Entrepriserie, collectif d'entreprises, professionnels du conseil, de l'accompagnement et citoyens qui œuvrent pour le développement de pratiques entrepreneuriales alignées avec les enjeux socioéconomiques de notre époque.

### Good Coop

.Repliq est membre fondateur de Good Coop, le groupement des coopératives de communication toulousaine qui œuvrent pour la promotion de l'ESS et des acteurs de la coopération sur l'aire d'attractivité toulousaine.

# Notre mission

Nous engager dans une démarche de Société à Mission nous est apparu comme une évidence lors de la création de l'entreprise. Il est clair, pour nous, que l'entreprise à un rôle à jouer dans la société. Plus encore, nous pensons que « faire entreprise est un acte politique ».

C'est en suivant nos convictions et en assumant notre positionnement radical que nous avons voulu ancrer notre action entrepreneuriale dans une démarche responsable, engagée et citoyenne articulée autour d'une raison d'être et d'une mission forte.

## Modèle de mission

Notre modèle de mission vise à répondre à l'enjeu suivant : comment faire des marques un levier de transition ?

**Notre mission** Œuvrer pour un impact positif des marques sur leur environnement

### Nos objectifs statutaires

Limiter l'empreinte écologique de l'entreprise et des marques qu'elle accompagne

Favoriser un impact sociétal mélioratif de l'entreprise et des marques qu'elle accompagne

### Nos objectifs opérationnels

- Établir l'empreinte carbone de l'entreprise - 2024
- Établir l'empreinte carbone de chaque projet - 2025
- Compter 60% de marques actives pour la transition écologique dans notre portefeuille clients - 2024

- Allouer 60% de nos ressources à des projets d'utilité sociale (définition ESUS) - 2024
- Permettre à chaque salarié de consacrer 10% de son temps à des activités de développement extraéconomique - 2024
- Atteindre un taux de sociétariat d'au moins 60% - 2024

## Gouvernance de la mission

Conformément aux dispositions prévues à la loi PACTE, nous avons nommé un référent de mission en la personne d'Aurélien Vialette. Pour l'heure, nous n'avons pas mis en place de comité de mission mais souhaitons évoluer sur ce point dans les prochaines années.

Ainsi, nous nous doterons d'un organe de gouvernance de la mission à part entière qui aura pour mission de suivre nos actions, challenger notre posture et œuvrer au développement de notre structure.

## Déploiement de la mission

Notre mission d'entreprise se déploie au quotidien à travers des actions entrant dans le champ des objectifs opérationnels listés. C'est un déploiement organique, au fil de l'eau. Les actions présentées ici sont donc une photographie, à l'instant T, d'un processus vivant.

### Nos actions pour limiter l'empreinte écologique de l'entreprise et des marques qu'elle accompagne.

| <b>Notre objectif</b>       | <b>Établir l'empreinte carbone de l'entreprise</b>  |
|-----------------------------|---|
| <b>Échéance</b>             | Juin 2024   |
| <b>Ce qui a été fait</b>    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Prise de contact avec la SCIC Climat Local</li><li>• Limitation et suivi des émissions directes (transport)</li></ul> |
| <b>Ce qui reste à faire</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Contractualisation</li><li>• Conduite du bilan carbone</li></ul>  |

Pour répondre à cet objectif statutaire, nous devons dans un premier temps dresser un panorama de nos émissions de gaz à effet de serre directs et induits. Si la structuration de notre entreprise (TPE de services) et son objet (prestations intellectuelles) engagent peu d'émissions directes (scop 1 et 2), les émissions induites par nos activités (serveurs informatiques, publicité, consommation) doivent, elles, être mesurées. C'est la raison pour laquelle nous nous fixons comme objectif de quantifier, au mieux possibles, nos émissions, et de dresser un bilan carbone à l'horizon 2024. Pour ce faire, nous avons déjà pris attache avec la SCIC Climat Local qui nous accompagnera dans cette tâche.

## Notre objectif

## Établir l'empreinte carbone de chaque projet

## Échéance

Juin 2025

## Ce qui a été fait

- Suivi des émissions directes (transports)

## Ce qui reste à faire

- Modéliser une clé de répartition
- Systématiser le compte rendu carbone

Une fois l'empreinte écologique de l'entreprise calculée, nous souhaitons mettre en place une comptabilité carbone sur chaque projet client afin de sensibiliser nos clients à ces enjeux, de rendre compte du cout global de nos prestations (en termes monétaires et carbone) et de disposer d'un outil de pilotage non économique complémentaire. Sur ce point, un travail d'exploration devra être mené afin de modéliser une clé de répartition carbone entre nos différents projets.

 Empreinte Carbone

| Table +                            |                          | Filter Sort ⚡ 🔍   |                         |                       |               |
|------------------------------------|--------------------------|---|-------------------------|-----------------------|---------------|
| Projets                            | Action                   | Description   | Date                    | Type                  | # Eq CO2 (Kg) |
| Arseaa - Stratégie marketing       | Déplacement Pouzinies    | 272km - Citiz   | 14/03/2023 → 15/03/2023 | Trajet en voiture     | 59            |
| Arseaa - Stratégie marketing       | Déplacement Figeac       |   | 07/03/2023              | Trajet en train       | 44            |
| Arseaa - Stratégie marketing       | Déplacement Figeac       | Covoiturage à 3   | 08/03/2023              | Trajet en covoiturage | 13            |
| Arseaa - Stratégie marketing       | Déplacement Pomevic      | 343km - Citiz   | 27/03/2023 → 28/03/2023 | Trajet en voiture     | 75            |
| Alter'Incub - Formations           | Taxi Formation Marketing | 9km en Taxi   | 11/04/2023              | Trajet en voiture     | 2             |
| Arseaa - Stratégie marketing       | Restitution              | 1 véhicule de Pommevic à Pousinies<br>1 véhicule de Cahors à Pousinies<br>1 véhicule de Figeac à Pousinies<br>2 véhicules de Toulouse à Pousinies | 17/04/2023              | Trajet en voiture     | 161           |
| NAM - Campagne #EnModalis          | Atelier Bordeaux         |   | 21/06/2023              | Trajet en train       | 1.6           |
| .Repliq - Développement Commercial | Rencontre Cabrol         | Déplacement Toulouse Mazamet  | 18/07/2023              | Trajet en train       | 6             |
| DLA 66 - Accompagnement Collectif  | Déplacement Perpignan    | 2 A/R Toulouse - Perpignan  | 23/10/2023 → 31/10/2023 | Trajet en train       | 9.6           |
| + New                              |                          |   |                         |                       |               |
| Calculate v                        |                          |   |                         |                       | SUM 371.2     |

**Notre objectif** Compter **60%** de marques actives pour la transition écologique dans notre portefeuille clients

---

**Échéance** Juin 2024

---

**Ce qui a été fait**

- Définition du concept
- Suivi du portefeuille

---

**Ce qui reste à faire**

- Affiner le concept
- Poursuivre la croissance sur ce segment

Notre vocation première est de faire des marques un levier de transition. Pour y parvenir, nous devons agir de manière systémique sur le champ de la marque qui ne peut se limiter à une simple identité.

Ainsi, **nous définissons une marque active comme l'émanation symbolique de toute entité respectant 2 des 3 principes suivants :**

- **l'activité participe à l'un des 17 objectifs du développement durable**
- **la gouvernance est partagée**
- **la communication respecte les principes de la communication responsable**

Partant de cette définition, sur les 35 structures accompagnées lors de l'exercice 2022/23 ; 23 peuvent être considérées comme entrant dans une démarche de « Marque Active », soit **65% de notre portefeuille client.**

## Nos actions pour favoriser un impact sociétal mélioratif de l'entreprise et des marques qu'elle accompagne

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <b>Notre objectif</b>       | <b>Allouer 60% de nos ressources à des projets d'utilité sociale (définition ESUS)</b>   |
| <b>Échéance</b>             | Juin 2024  |
| <b>Ce qui a été fait</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identification du CA généré sur des projets d'utilité sociale</li> </ul>                                    |
| <b>Ce qui reste à faire</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Affiner le modèle pour intégrer plus finement les charges associées au chiffre d'affaires généré</li> </ul> |

Notre coopérative souhaite se rendre utile. C'est-à-dire œuvrer, à sa hauteur, à la poursuite d'un intérêt général. Pour cela, .Repliq souhaite se conformer aux principes de l'agrément ESUS (Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale) quand bien même sa qualité de Société Coopérative (SCOP) l'en dispense pour être partie intégrante de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS).

L'agrément « Entreprise solidaire d'utilité sociale » dit « agrément ESUS » s'inscrit dans le cadre de la loi relative à l'économie sociale et solidaire de 2014 ayant pour objectif de créer un écosystème favorable au développement des entreprises de l'économie sociale et solidaire.

Pour être éligibles à l'agrément « ESUS », les entreprises de l'économie sociale et solidaire doivent (entre autres), poursuivre une utilité sociale à titre d'objectif principal, en direction des publics ou de territoires vulnérables, ou en faveur de la préservation et du rétablissement de la cohésion sociale et territoriale, de l'éducation à la citoyenneté par l'éducation populaire, du développement durable et solidaire ou de la solidarité internationale.

L'utilité sociale est caractérisée par l'apport d'un soutien aux personnes (clients, bénéficiaires) en difficulté ou ceux qui les accompagnent via l'activité économique, la contribution à la préservation du lien social ou à la cohésion territoriale, l'appui à l'éducation et la citoyenneté ou le concours au développement durable, à la transition, au développement culturel.

À ce titre, les activités de .Repliq auprès de ses clients entrent, en partie, dans cette définition. Les charges principales associées à ce chiffre d'affaires étant principalement la masse salariale, **nous pouvons estimer notre ratio d'utilité sociale à 43% pour l'exercice 2022-23.**

La marge de progression est donc importante. Elle devra être comblée au cours de l'exercice suivant par le développement de nouveaux services et le renforcement de notre appui aux porteurs d'innovations sociales.

**Notre objectif** **Permettre à chaque salarié de consacrer 10% de son temps à des activités extraéconomiques**

---

**Échéance** Juin 2024

---

**Ce qui a été fait** • Mise en place de la semaine de 28h

---

**Ce qui reste à faire** • Sanctuariser l'expérimentation  
• Affiner la mesure du temps

.Repliq mène une réflexion profonde sur la notion des temps de travail et la qualité de ses temps. Ainsi, la coopérative a mis en place un système de congés exceptionnels (10 jours par an) que chaque salarié peut débloquent sans justification pour pallier tout impératif (médical, professionnel) ou baisse de forme passagère (liée, notamment, aux cycles menstruels). Ce congé donne de la souplesse aux salariés et amène de la sérénité dans l'accomplissement du travail au quotidien.

En parallèle, .Repliq expérimente la semaine de 28h rémunérées 35h. Cette expérimentation s'inscrit dans le cadre d'une réflexion plus large sur la notion de décroissance et de ralentissement maîtrisé. L'enjeu est de permettre à chacune et chacun de profiter d'un temps rémunéré pour développer ses pratiques, ses connaissances, son réseau, son capital humain au sens large.

Ainsi, à la question « que faites-vous de votre cinquième jour », les réponses sont :

- Je donne des cours en vacation à l'université
- Je me forme et me documente sur des sujets qui me passionnent
- Je dessine, je code, j'écris (selon les personnes)
- Je me repose
- Je gère toutes mes tâches du quotidien (ménage, administratif personnel) pour pouvoir me reposer vraiment le weekend

Cette expérimentation nous montre les bienfaits de la semaine de 4 jours, tant pour l'entreprise que pour ses salarié-es.

L'enjeu, à présent, est de sanctuariser cette expérimentation et d'en affiner la mesure pour présenter un indicateur performant à l'horizon 2024.

**Notre objectif**                      **Atteindre un taux de sociétariat d'au moins 60%**

---

**Échéance**                              Juin 2024

---

**Ce qui a été fait**                      • Organisation de la SCOP  
    • Sensibilisation des salariés

---

**Ce qui reste à faire**                • Accompagner le sociétariat

Nous sommes convaincus du rôle politique de l'entreprise coopérative. Elle donne corps à la démocratie dans le cadre du travail, permet les débats, favorise le compromis et développe la réciprocité entre les personnes. La SCOP est l'école de la démocratie.

Aussi, il nous importe de faire vivre cette démocratie au sein de notre structure. C'est pourquoi il est primordial, pour nous, de développer notre taux de sociétariat.

A la clôture de l'exercice 2023, la coopérative comptait 3 salariées dont 2 associées soit un taux de sociétariat de 66%. Ce taux devra être conforté lors de l'exercice 2023/2024 avec l'accès au sociétariat d'Aurélien Vialette et l'entrée dans les effectifs salariés de Marie Sainz en qualité d'alternante non associée.

## Évolution de la mission

Ce premier rapport de mission permet de poser un jalon de notre démarche qualité. Il montre les forces de notre modèle coopératif et les lacunes de notre modèle de mission. Celui-ci devra faire l'objet d'une refonte pour gagner en force et en justesse. Nous envisageons ce travail à l'horizon 2026.

# Conclusion

La mission est un organe vivant au sein des organisations. Elle naît, s'épanouit, grandit... Il est beau de voir à quel point la mission permet de structurer la société ; ses activités et ses ressources. Leur donner une orientation, une finalité, un « pourquoi ». C'est justement cette question ; « pourquoi ? », qui nous anime au quotidien et qui structure notre relation avec nos clients. Ce petit mot de rien du tout est une clé, il permet d'ouvrir la réflexion, d'étendre plus loin le champ des possibles, d'amener le dialogue. Là est une mission sous-jacente de .Repliq : aller au-delà des conventions, se permettre d'innover en conscience des contraintes physiques que notre environnement nous oppose. Et puis, demander « pourquoi ? » est aussi une invitation à l'introspection, à la réflexivité et, finalement à l'amélioration continue. Et c'est véritablement comme une boussole d'amélioration continue que nous considérons notre engagement en qualité de société à mission. Nous sommes convaincus que, par sa mission et son accomplissement, .Repliq comptera demain comme de celles qui font bouger les choses dans le bon sens. Car encore une fois, nous sommes convaincus que les marques ont un rôle à jouer dans la transition.

# .Repl!q

Agence curieuse, un • c'est tout.

[repliq.fr](https://repliq.fr)

[contact@repliq.fr](mailto:contact@repliq.fr)