



**RAPPORT DE RESPONSABILITE SOCIETALE DE
L'ENTREPRISE
2018**

SOMMAIRE

EDITO	P.3
MODÈLE D'AFFAIRES, RISQUES ET OPPORTUNITÉS, STRATÉGIE	P.5
CRÉER LES LIENS ENTRE LES HOMMES Responsabilité sociale	P.12
RELIER LA PLANÈTE ET LES GÉNÉRATIONS FUTURES Responsabilité environnementale	P.17
CONNECTER TOUTES LES COMMUNAUTÉS Responsabilité sociétale	P. 20
ÉLÉMENTS TRANSVERSAUX	P. 22
MÉTHODOLOGIE	P. 23
ANNEXE RSE	P. 25

INTERVIEW DE BENOIT DESVEAUX

Directeur Général de HOPSCOTCH Groupe

L'intégration des enjeux du développement durable est-elle une thématique nouvelle pour vous ?

Bien au contraire ! Nous avons été précurseurs en matière de développement durable et d'écoconception des projets : dès 2003, nous avons engagé une démarche volontaire d'intégration des enjeux du développement durable au sein de nos métiers et de notre organisation. En 2010, toutes ces réflexions et actions intuitives nous ont donné l'occasion de formaliser une politique RSE autour de sept enjeux, nés des chantiers partagés avec nos parties prenantes. Aujourd'hui, nous avons fusionné nos engagements sociétaux et environnementaux dans la stratégie du groupe à travers nos 5 piliers stratégiques.

Le déploiement de cette politique s'effectue sous la forme de plans d'actions mis en œuvre par des chantiers prioritaires et pilotés par des équipes dédiées. Et nous avons mis en place des outils de mesure et défini des indicateurs clés qui nous permettent d'évaluer notre performance.

Existe-t-il une vision de la RSE spécifique à Hopscotch ?

« De la contrainte naissent les meilleures idées ».

La RSE va pour nous bien au-delà du cadre législatif, parfois perçu comme contraignant.

Aujourd'hui, la majorité de nos clients portent une stratégie RSE, pour répondre aux aspirations sociétales de notre époque. Les attentes évoluent, ainsi que les business models. Pour Hopscotch Groupe, travailler sur ses sujets avec les clients et la société civile est une formidable opportunité d'innovation et d'accompagnement de la transformation sociétale en cours, et est au cœur-même de notre raison d'être.

Comment la RSE s'intègre-t-elle aux métiers de Hopscotch ?

Je ne parlerais pas d'intégration, je dirais plutôt que dans l'exercice de nos métiers, on est au cœur de la démarche RSE.

En effet, les relations publics permettent à une entreprise ou une institution d'engager des conversations durables avec toutes leurs parties prenantes. Ces conversations, ces connexions, sont propres à la démarche RSE dont un des objectifs est d'embarquer l'ensemble de ces publics dans une vision d'avenir responsable.

Les métiers d'Hopscotch permettent d'engager le dialogue et la transformation, au moyen de stratégies de relations publics, de médias sociaux, ou de plateformes collaboratives. Ils participent de fait activement à une démarche RSE.

Vous avez récemment redéfini les missions du Groupe Hopscotch sur la notion de « Capital relationnel ». En quoi ce nouveau crédo fait-il écho aux valeurs de la RSE ?

Avant de créer du capital financier, nous sommes créateurs de capital relationnel.

Nos métiers, notre profession sont au cœur d'une mission, celle de créer de la valeur humaine avec un grand V. L'industrie de la rencontre et de l'événement crée des liens relationnels qui permettent de vivre ensemble, d'échanger, de se nourrir.

En travaillant le capital relationnel de nos clients, nous créons une dynamique positive pour l'ensemble de la société, nous engageons des conversations pour aborder les mutations et réussir les transformations de notre époque. En ce sens, l'exercice de nos métiers est une des briques de la RSE.

Concrètement, quels sont les grands chantiers RSE qui ont été menés par Hopscotch au cours de l'année 2018 ?

L'objectif « Zéro déchets » pour l'ensemble de nos productions événementielles est une priorité pour le Groupe. L'organisation de l'Usine Extraordinaire en novembre 2018 a permis de porter encore plus loin nos exigences en matière d'éco-socio-conception, et d'expérimenter le passage de « l'événement jetable à l'événement circulaire ». Lors de cet événement 59% des matériaux ont été recyclés ou réutilisés. Cette expérimentation sera généralisée à tous nos événements dès 2019.

Dans ses activités de production événementielle, Hopscotch a consolidé la performance globale de sa politique d'achats. Sensibiliser les prestataires aux enjeux de l'éco-socio-conception, et les embarquer vers une vision responsable, font partie intégrante de la production d'un événement.

L'éco-socio-conception concerne aussi bien les événements que les campagnes de communication : sa mise en œuvre a permis en 2018 d'embarquer toutes les parties prenantes dans la transformation de nos métiers.

Hopscotch prend également grand soin de son capital humain : les programmes de formation se sont enrichis en 2018 de nouveaux modules, pour permettre à tous les collaborateurs d'évoluer et d'acquérir les meilleures compétences, au sein notamment du parcours unique « Global PR ».

Le chantier « éthique » également, dans lequel Hopscotch va au-delà des obligations imposées par la Loi, en préparant par exemple pour les prochains mois un code de conduite pour les fonctions d'achats, ainsi que la mise en place d'un process d'alerte.

Il faut rappeler enfin que l'ensemble des principes RSE mis en œuvre pour nos clients sont appliqués par nos équipes internes, au moyen d'éco-gestes pour limiter l'impact de notre activité et de notre siège et lutter contre le réchauffement climatique.

Enfin, la RSE représente-t-elle pour vous un levier d'innovation dans la conduite de vos métiers ?

Oui, car c'est l'attention aux aspirations et aux évolutions de la société qui permet d'inventer et de mettre en œuvre les campagnes de communication de demain.

Hopscotch est par exemple très sensible à la notion d'accessibilité des campagnes de communication. Au-delà de la seule accessibilité handicap, nous veillons à créer des messages et des supports de communication accessibles à tous les publics, qu'ils soient par exemple éloignés d'une activité économique, de la langue française, ou de connaissances scientifiques. Notre vision de communicant est universelle et oblige à l'innovation.

Nous travaillons actuellement à la création d'une méthodologie, garantissant l'accessibilité des campagnes de communication partout sur le territoire français : dans une grande ville, une vieille moyenne et une ruralité.

C'est bien l'ambition de toucher et de connecter tous les publics qui se trouve au cœur de notre mission, et qui fonde notre engagement RSE.

GOVERNANCE

Instaurer une gouvernance responsable

HOPSCOTCH Groupe est une société anonyme à Directoire et Conseil de surveillance. Le Conseil de surveillance se réunit cinq à six fois par an et convoque tous les membres du Directoire.

Il prend acte de l'état d'avancement des affaires et de notre stratégie, des prévisions budgétaires remises à jour, avalise la politique de croissance externe et s'assure des grands équilibres financiers, notamment en termes d'endettement et de trésorerie.

La taille de l'entreprise ne justifie pas la création d'un comité d'audit indépendant. Toutefois, le Conseil de Surveillance se réunit sous forme de conseil d'administration en présence des membres de la direction.

HOPSCOTCH Groupe adhère au référentiel de gouvernance de Middlednext, bien adapté à sa taille et validé par les autorités de contrôle.

Piloter le développement durable

Un membre du Directoire, Benoît Désveaux, porte le projet d'innovation sociétale au plus haut niveau de l'entreprise.

Par ailleurs, les managers membres du directoire insufflent les principes de la RSE à tous les niveaux de l'organisation.

Innovation / Gouvernance chez Sagarmatha

Créé en 2016, le Sagboard de Sagarmatha, est une version élargie du Comité de direction. Cette création correspond à une véritable volonté des managers d'associer très largement les collaborateurs de l'Agence aux décisions et choix stratégiques de l'entreprise.

Ce sont ainsi une dizaine de participants (8 d'entre eux élus par leurs pairs, ainsi que 2 tirés au sort) représentant toutes les fonctions de l'entreprise, qui se sont réunis à 4 reprises au cours de l'année 2017 pour prendre les grandes décisions d'orientation pour l'entreprise, autour des thématiques choisies par les équipes : créativité et communication, rémunération, stratégie de marque.

INTERVIEW DE PIERRE-FRANCK MOLEY

Directeur Général de HOPSCOTCH Groupe et membre du Directoire en charge des ressources humaines, du juridique et des finances.

Peut-on parler de transparence en matière de gouvernance chez HOPSCOTCH Groupe ?

Oui, et à plusieurs titres.

Concernant tout d'abord le contrôle effectué par le Conseil de surveillance du groupe Hopscotch. Composé de 6 personnes, dont 3 administrateurs indépendants et 2 femmes, il est bien calibré pour la taille et le mode de management du Groupe. Ce conseil permet d'avoir une équipe bien informée, active et assidue. Il prend acte de l'état d'avancement des affaires et de notre stratégie, des prévisions budgétaires remises à jour, avalise la politique de croissance externe et s'assure des grands équilibres financiers, notamment en termes d'endettement et de trésorerie.

Le conseil de surveillance est très actif, il se réunit en moyenne 5 fois par an.

La transparence de la gouvernance découle également du statut de société cotée en bourse : l'adhésion au référentiel de gouvernance de Middlednext est en effet appliquée et évaluée chaque année.

Quels sont les principes d'organisation du groupe Hopscotch ?

Le bâtiment et le choix du Flex Office organisent la transparence physique des espaces de travail.

La transversalité est également encouragée en interne, entre les collaborateurs, avec le réseau social d'entreprise Beeshake, des outils de dialogue, de rencontres et d'échanges. Ce RSE, implanté chez une dizaine de nos clients, est développé par UPro une filiale du groupe. La formation et le partage d'expériences sont fortement encouragés au sein du Groupe.

L'organisation est également marquée par des modes de travail et de collaboration très transversaux, horizontaux et « conversationnels ». Car l'engagement des conversations fait partie de notre ADN et de nos missions, nous le vivons en interne quotidiennement. Nos clients ressentent directement le bénéfice de notre organisation innovante qui favorise la pluridisciplinarité.

Si vous deviez identifier des temps forts en matière de RSE au cours de l'année 2018, quels seraient-ils ?

Précisément, le décloisonnement des conversations et des process a permis la création en 2018 de STRIKE, le lab Innovation de Hopscotch. Nous avons élaboré un format inédit d'atelier d'idéation animé autour d'un socle méthodologique et d'espaces dédiés. Ce nouveau procédé d'intelligence collective permet d'associer à nos clients, nos équipes de planning et créative, nos consultants et nos partenaires au process créatif.

Selon vous, quels sont les éléments qui fondent la spécificité de Hopscotch en termes d'engagements RSE ?

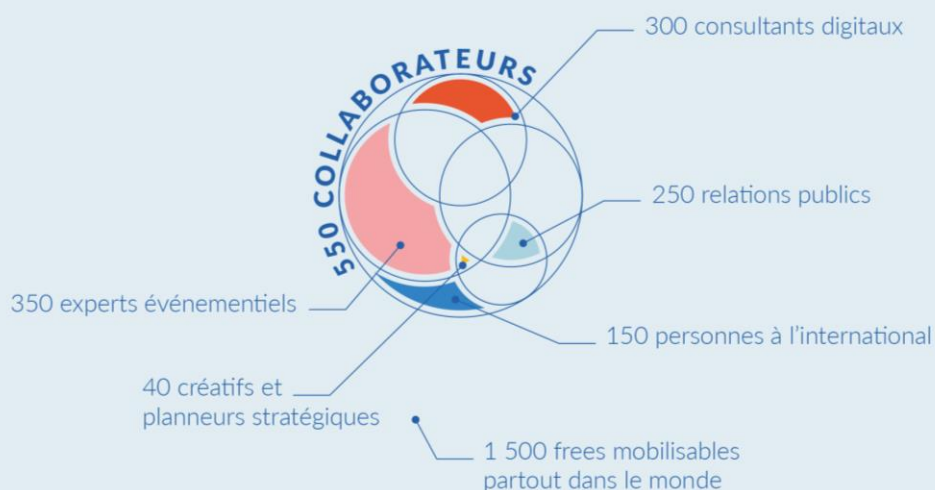
C'est avant tout la sincérité de notre démarche. La RSE est portée et impulsée depuis plusieurs années au niveau de la direction générale. C'est une question de conviction et d'engagement personnels.

Le groupe Hopscotch est un des premiers groupes de communication qui a organisé un service achat. Il existe une réelle culture RSE au sein de l'entreprise, diffusée et transmise en permanence, de façon formelle et informelle, auprès de tous les collaborateurs. La RSE fait partie intégrante des métiers de Hopscotch.

LE MODÈLE D'AFFAIRES

UNE CRÉATION DE VALEUR DURABLE

RESSOURCES



Hopscotch génère aussi de la valeur humaine, sociale et sociétale au bénéfice de ses communautés, en 2018 :

190
recrutements

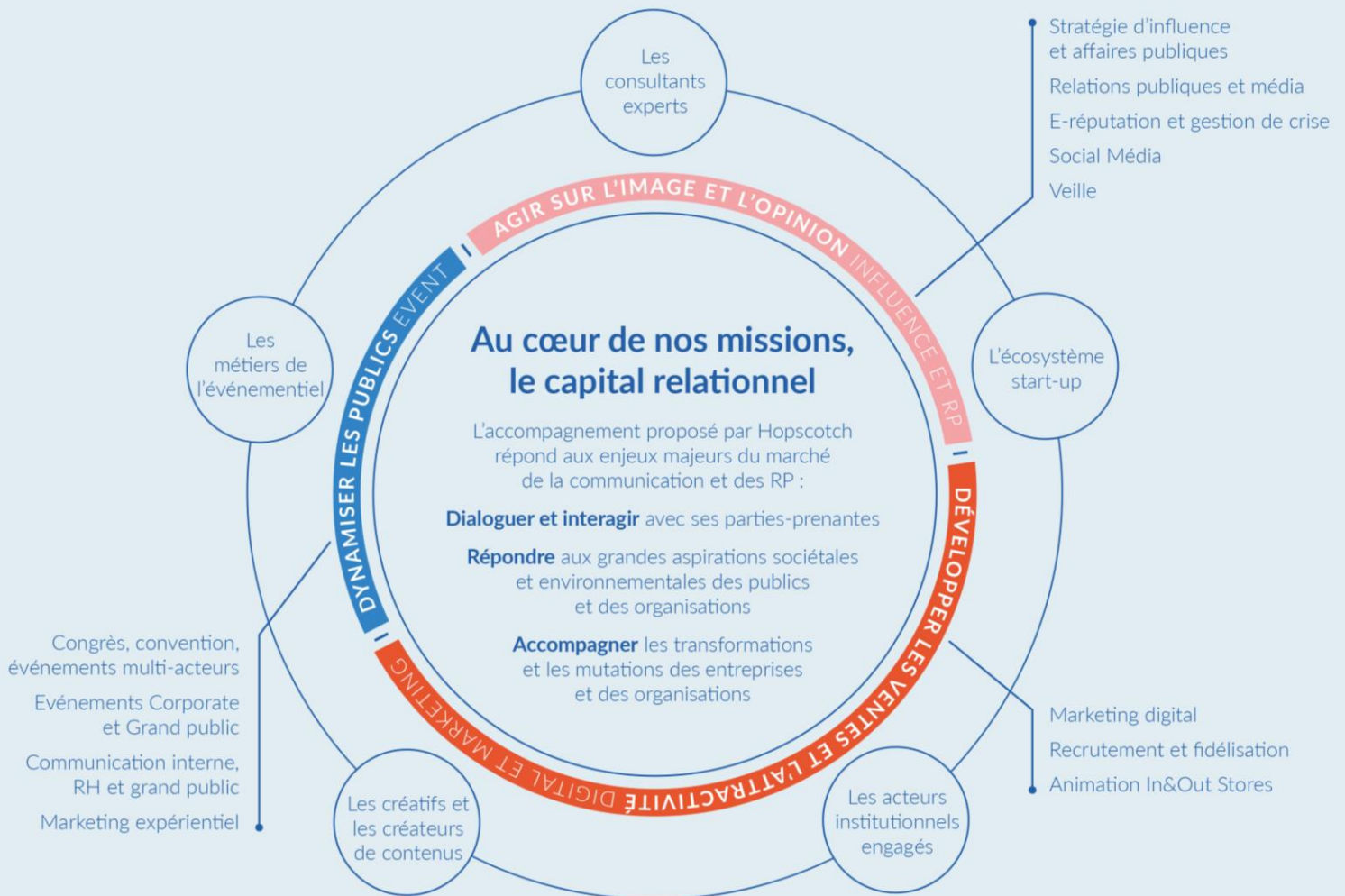
286
collaborateurs
ont bénéficié
d'une formation

375 000
euros affectés
aux causes
solidaires

67/100
score global ecovadis pour
l'ensemble de sa performance
extra-financière



ACTIVITÉS ET VALEURS



CLIENT



Rencontrer nos clients et valoriser notre offre

Communiquer autour de nos valeurs : participer à des événements engageants (France et Monde).

Prendre la parole pour montrer notre savoir-faire : dans les médias, à l'occasion de rencontres thématiques ou d'actions de relations publiques, sur les réseaux sociaux.

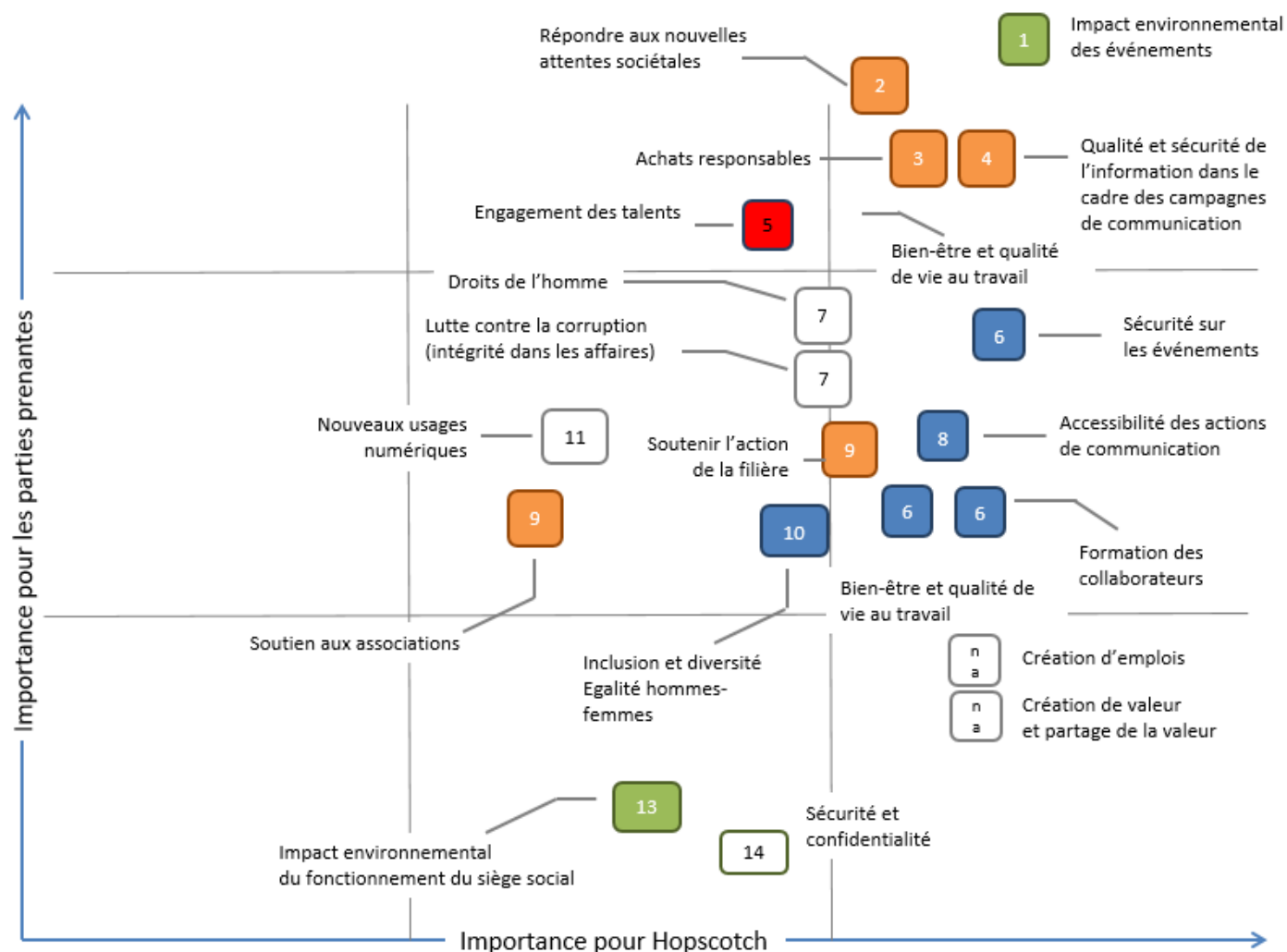
Créer des événements propriétaires pour établir un dialogue entre toutes nos parties prenantes.

Répondre aux attentes des clients et des institutions : être présent sur les compétitions et marchés publics notamment.

Sensibiliser et accompagner nos clients sur les grands enjeux de notre époque : sociétaux et environnementaux.

LES RISQUES ET LES OPPORTUNITES

	RISQUES ET OPPORTUNITÉS	ENJEUX	INDICATEURS
1	L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DES ÉVÉNEMENTS ET CAMPAGNES	Réduire l'impact des productions événementielles sur l'environnement (déchets, énergie, matériaux...)	Dispositifs mis en place en matière d'économie circulaire et d'écoconception Dispositifs mis en place en matière de lutte contre le gaspillage alimentaire Dispositifs mis en place en matière de récupération des déchets Récupération interne des matériaux après les productions Ecoconception de tous les projets (événements et campagnes)
2	RÉPONDRE AUX NOUVELLES ATTENTES SOCIÉTALES	Faire évoluer notre offre pour accompagner les enjeux de transformation de nos clients. Créer des nouveaux process de travail et de collaboration avec nos clients pour répondre aux changements. Accompagner et encourager nos clients dans la mise en place de politiques responsables	Emménagement en 2015 dans un nouveau siège conçu pour optimiser la qualité de vie, créer des synergies entre les métiers de l'agence pour inventer nos métiers de demain. En 2019 nous allons plus loin en créant des espaces dédiés à la co-création avec nos clients et nos partenaires (STRIKE) L'offre Hopscotch pour conseiller et encourager les actions RSE des entreprises et organisations
3	ACHATS RESPONSABLES	Inciter nos partenaires à s'engager à nos côtés pour identifier des solutions d'éco-socio-production et partager, ensemble, les meilleures pratiques en matière de RSE. Intégrer les critères de développement durable et d'insertion sociale dans le référencement des fournisseurs du Groupe	La démarche d'évaluation des partenaires et fournisseurs par le service Achats de Hopscotch L'insertion de clause environnementale dans les cahiers des charges La constitution de réunions et de groupes de travail pour évaluer l'action responsable des fournisseurs et les axes d'amélioration La sensibilisation des fournisseurs à l'écoconception des événements
4	LA QUALITÉ ET LA SÉCURITÉ DE L'INFORMATION ET DES ACTIONS DE COMMUNICATION	Gérer les risques d'implication dans la propagation de Fake News. Veiller à garantir une qualité dans le traitement de toutes les informations	Mise en place de la formation interne Global PR, avec un module fort sur la communication digitale.
5	L'ENGAGEMENT DES TALENTS	Séduire, intégrer et fidéliser les meilleurs talents en interne	Nombre de personnes recruté en 2018
6	LA FIDÉLISATION DES TALENTS	Anticiper et adapter les trajectoires professionnelles aux évolutions de nos métiers et de la société Sensibiliser les équipes internes aux grands enjeux environnementaux et sociétaux Former des managers Animer un dialogue interne Améliorer la QVT	Nombre de personnes recrutés en 2018 Nombre d'heures de formations suivies en interne Nombre de salariés formés Politique de formation globale La mobilité en interne chez Hopscotch La QVT (les accords, la mise en œuvre) L'organisation du travail (Flex office, le télétravail)
7	LA SÉCURITÉ DES ÉVÉNEMENTS	Assurer la sécurité des équipes Hopscotch et fournisseurs qui interviennent dans la production d'un événement, à toutes les phases de production. Assurer également la sécurité des participants à un événement (congrès, convention, spectacle, exposition, festival). Mettre en œuvre une procédure de gestion de risques adaptée à chaque manifestation.	La réalisation d'un plan de prévention pour tous les événements produits La démarche de sensibilisation des équipes en interne Les formations
8	LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION ET LES DROITS DE L'HOMME	Evaluer le respect des pratiques éthiques dans notre modèle d'affaires.	Code de bonne conduite en cours d'élaboration pour les fonctions d'achat Création d'un comité "éthique" au sein de Hopscotch Elaboration d'un dispositif d'alerte
9	L'ACCESSIBILITÉ DES ACTIONS DE COMMUNICATION	Concevoir et produire des actions de communication (messages, événements) accessibles à tous les publics, y compris en situation de handicap ou éloignés des standards de communication classiques. Créer les conditions d'une communication inclusive.	L'accessibilité universelle : la vision défendue et portée par Hopscotch Les événements produits accessibles à tous les publics La promotion et l'utilisation du Français pour Tous pour les clients de l'agence Le choix de partenaires experts des questions d'accessibilité (Inspirience, les Ateliers de l'Accessibilité)
10	LE DIALOGUE AVEC TOUTES LES COMMUNAUTÉS	Créer une offre pour favoriser le dialogue entre des communautés (experts, grand public, institutions, entreprises, associations...) Soutenir le secteur associatif par des actions philanthropiques Participer à l'action de la filière	La création d'événements propriétaires qui instaurent un dialogue (L'Usine Extraordinaire) Le mécénat de compétences (nombre de collaborateurs impliqués) Le montant total des soutiens et des dons aux associations
11	L'INCLUSION ET LA DIVERSITÉ	Lutter contre les discriminations en interne, au sein des équipes de Hopscotch, afin de mieux incarner les valeurs inclusives de l'entreprise. Choisir des fournisseurs responsables sur le plan social	Taux de travailleurs handicapés Campagne d'information et de sensibilisation interne sur le handicap Taux de femmes à des postes d'encadrement Les clauses sociales pour choisir nos fournisseurs
12	LES NOUVEAUX USAGES NUMÉRIQUES ET LA PROTECTION DE LA RÉPUTATION	Accompagner la gestion de l'image de nos clients sur Internet Adapter l'offre de Hopscotch aux nouveaux enjeux de la communication digitale et de la réputation digitale des entreprises	Création d'une offre Social Media pour les marques, les organisations et les dirigeants
13	L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE NOTRE SIÈGE SOCIAL	Maîtriser les consommations d'énergie liées à l'activité du siège et au bâtiment. Sensibiliser les équipes internes aux gestes responsables.	Les consommations d'énergies L'économie circulaire en interne (déchets, recyclage, matériaux) Les actions de sensibilisation en interne La gestion responsable des fournitures La gestion responsable des déchets
14	SÉCURITÉ ET CONFIDENTIALITÉ	Répondre aux obligations de la RGPD sur la protection des données personnelles	L'application des principes de protection des données personnelles



UNE STRATEGIE QUI INTEGRE LA RSE

5 piliers stratégiques qui intègrent directement les valeurs de la RSE

Innovation / Faire évoluer en permanence les techniques de communication notamment autour du marketing de communauté et du digital. Aller vers des technologies permettant de faire vivre des expériences et de créer des nouvelles relations entre les hommes.

Entrepreneuriat / Développer l'esprit d'entreprendre dans l'ensemble de notre écosystème, c'est-à-dire encourager nos partenaires à prendre part aux grands enjeux de notre époque, qu'ils soient environnementaux, sociétaux ou éthiques, et apporter des solutions à tous les publics. C'est dans le dialogue et l'échange que naît la volonté d'entreprendre de façon responsable.

Talents / Promouvoir un cadre de travail qui favorise la diversité et l'inclusion, le transfert de compétences, et renforce la sécurité de nos collaborateurs. Faire grandir l'engagement des collaborateurs en interne pour mieux incarner la mission responsable du groupe vers les publics externes.

Accompagnement / S'appuyer sur nos expériences pour conseiller et accompagner nos clients dans leur communication RSE et dans la valorisation de leurs produits et services responsables. En cohérence avec notre raison d'être, faire évoluer nos offres et nos services pour faire grandir l'engagement de tous nos partenaires.

Eco-socio-conception / Intégrer, avec nos fournisseurs et prestataires, les enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux dans les projets, dès leurs conceptions et à toutes les étapes de leurs réalisations. Faire évoluer l'ensemble de notre écosystème vers une plus grande conscience des enjeux d'une communication responsable et inclusive.

HOPSCOTCH ET LES OBJECTIFS DE DEVELOPPEMENT DURABLE

Le groupe Hopscotch contribue, à son échelle, à la transformation de la société. La stratégie RSE mise en place par l'entreprise participe d'une démarche de progrès, pour un avenir meilleur et durable. En ce sens, les actions RSE de Hopscotch peuvent être rattachées aux Objectifs de Développement Durable (ODD) définis par les Nations-Unies pour répondre aux défis mondiaux auxquels nous sommes confrontés, et pour engager les organisations à agir.

Dans le cadre de sa stratégie RSE, Hopscotch mobilise 8 des 17 Objectifs de Développement Durable.



Objectif 1 : Pas de pauvreté

La croissance économique doit être partagée pour créer des emplois durables et promouvoir l'égalité

- ⇒ Hopscotch dessine un entrepreneuriat plus inclusif, en participant à des réseaux d'entrepreneurs engagés pour la croissance : Croissance +, Réseau Entreprendre, ou encore le Parlement des Entrepreneurs d'Avenir.



Objectif 2 : Faim « Zéro »

Le secteur de l'alimentation et de l'agriculture offre des solutions clés pour le développement, et il est au cœur de l'éradication de la faim et de la pauvreté

- ⇒ Avec l'appui de ses partenaires, Hopscotch lutte contre le gaspillage alimentaire et œuvre pour la redistribution de denrées



Objectif 3 : Bonne santé et « bien-être »

Donner les moyens de vivre une vie saine et promouvoir le bien-être de tous à tous les âges est essentiel pour le développement durable.

- ⇒ Hopscotch déploie pour ses collaborateurs un accord d'entreprise pour le bien-être au travail
- ⇒ Grâce à sa Fondation pour l'innovation et la transmission du goût, Hopscotch lutte contre la précarité alimentaire



Objectif 5 : Égalité entre les sexes

L'égalité des sexes n'est pas seulement un droit fondamental de la personne, mais aussi un fondement nécessaire pour l'instauration d'un monde pacifique, prospère et durable.

- ⇒ Chez Hopscotch, 60% des femmes sont à des postes d'encadrement



Objectif 8 : Travail décent et croissance économique

Nous devons revoir et réorganiser nos politiques économiques et sociales visant à éliminer complètement la pauvreté.

- ⇒ La sélection de partenaires responsables fait partie d'une la performance globale des achats du groupe Hopscotch
- ⇒ Des campagnes de sensibilisation internes sont menées sur la thématique du handicap et de l'emploi



Objectif 11 : Villes et communautés durables

L'avenir que nous voulons comprend des villes qui offrent à tous de grandes possibilités.

- ⇒ Hopscotch intègre un volet « mobilité » dans les événements éco-conçus pour ses clients



Objectif 12

Recycler le papier, le plastique, le verre et l'aluminium

La consommation et la production durables visent à « faire plus et mieux avec moins ».

- ⇒ Pour Hopscotch, la priorité est au « Zéro déchet » pour l'ensemble des événements
- ⇒ Un programme de tri sélectif poussé est mis en place pour les activités du siège social



Objectif 17

Partenariat pour la réalisation des objectifs

Des partenariats inclusifs construits sur des principes et des valeurs, une vision commune et des objectifs communs sont nécessaires.

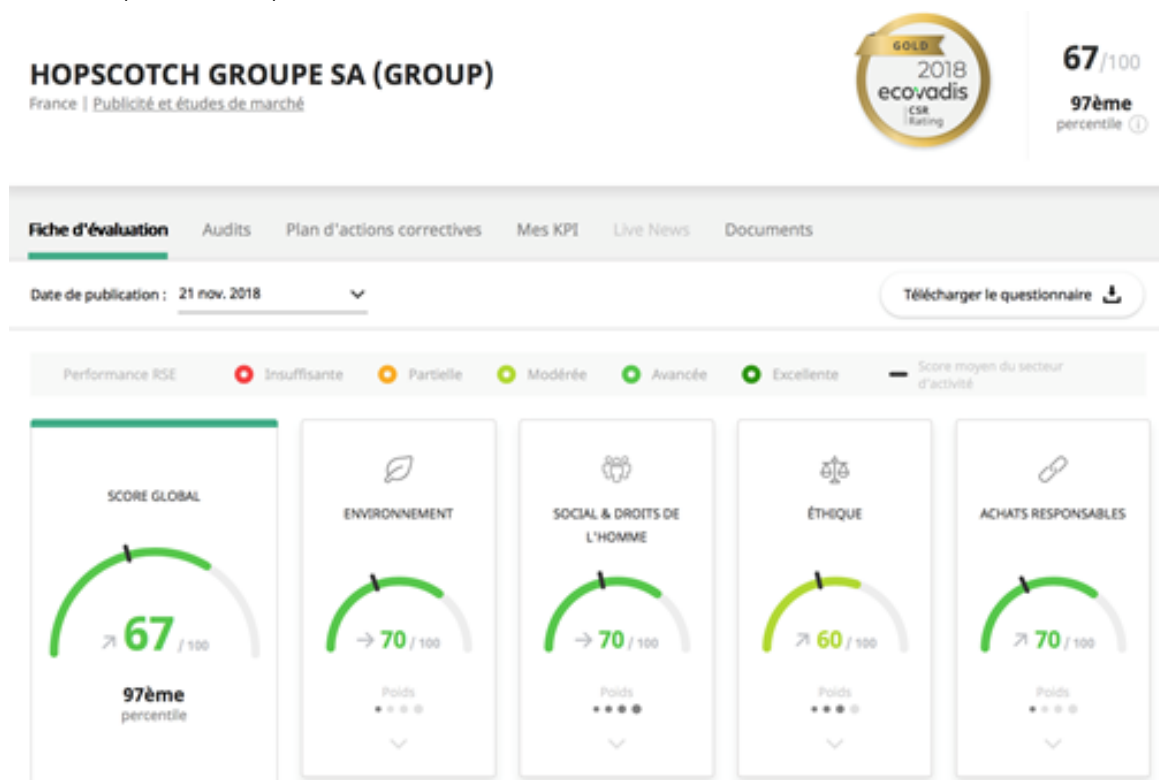
- ⇒ Via les associations et les syndicats de sa filière, Hopscotch contribue à différentes démarches collaboratives de transformation des métiers de la communication et de l'événement

LES CERTIFICATIONS ET LES LABELS

ECOVADIS

En 2018, le groupe Hopscotch obtient une note globale de 67 / 100 pour l'ensemble de sa performance extra-financière, selon le barème ECO VADIS.

L'évaluation porte sur actions et résultats du groupe en termes de politique environnementale et sociale, et concerne également la mise en place d'initiatives pour les achats responsables, l'éthique ou les droits de l'homme.



GLOBAL COMPACT



Depuis le 18 juin 2009, le Groupe Hopscotch est membre du Global Compact France.

ISO 20121



Nous avons piloté l'équipe de l'UNIMEV pour l'élaboration de la norme ISO 20121 dédiée au système de management d'un événement responsable. Et nous avons été une des premières agences à obtenir la certification d'une équipe qui a, notamment, géré le dossier Solution COP21.

LUCIE



En 2016, la labellisation « LUCIE » a été renouvelée pour trois ans, pour la filiale Sagarmatha.

Un audit de suivi a eu lieu le 18 juin 2018, faisant apparaître la maîtrise des principaux risques et les bonnes chances de renouvellement du label pour le prochain audit du 13 septembre 2019.

Suite à l'audit du mois de juin 2018, des points ont cependant été réajustés, tels que l'implication encore plus accrue des équipes dans l'écoconception des dispositifs de communication. Le chantier « Start With Planet » répondant en grande partie à cette exigence (cf. infra).

GREAT PLACE TO WORK



Une organisation où il fait bon travailler et où règne une culture de confiance, c'est aussi une entreprise plus performante qui : Obtient de meilleurs résultats en termes de satisfaction client, a 2 fois moins de turnover et attire de meilleurs candidats

Pour une période de 1 an, la certification Great place to Work, récompensant les entreprises où il fait bon travailler, a été délivrée à la filiale Sagarmatha en septembre 2018.

En avril 2019, Sagarmatha est arrivée 2ème au classement Great Place To Work des entreprises de moins de 50 salariés.

PARTIE 1

Créer les liens entre les hommes

Responsabilité sociale

Hopscotch est avant tout une entreprise de services. Les femmes et les hommes qui composent le Groupe en sont la première richesse, son principal actif immatériel.

Les collaborateurs sont ainsi au cœur de la création de valeur et des enjeux de développement durable. C'est la raison pour laquelle Hopscotch s'engage à promouvoir les talents, à construire un cadre de travail inspirant et positif, et à assurer la sécurité de tous.

Soucieux d'enrichir ses process de travail et ses collaborations, Hopscotch expérimente des organisations du travail plus flexibles et plus transversales, propices à l'épanouissement de ses équipes, et à la qualité de ses offres pour ses clients.

MIEUX ACCOMPAGNER LES COLLABORATEURS EN INTERNE

En 2018, la direction des ressources humaines s'est enrichie de deux nouvelles missions : le service de communication interne et le service de formation font désormais partie de cette nouvelle équipe élargie. Le nouveau périmètre témoigne de la volonté d'instaurer un dialogue interne plus cohérent au sein du Groupe, et de poursuivre l'accompagnement de tous les collaborateurs.

Le chantier de digitalisation menée en 2018 participe de ces priorités. Les tickets restaurant mais aussi les bulletins de paie ont ainsi été dématérialisés, permettant aux équipes RH de se concentrer sur leur mission première d'accompagnement des talents.

L'utilisation de l'outil Talent Soft permet quant à lui de centraliser et d'actualiser en temps réel l'ensemble des informations relatives à un collaborateur, notamment celles liées aux entretiens d'évaluation et d'évolution.

On le voit, le chantier de digitalisation menée en 2018 permet d'instaurer un accompagnement plus attentif des collaborateurs, et de construire un environnement plus fluide et plus transparent.

IDENTIFIER LES TALENTS ET ACCOMPAGNER LES PARCOURS

Le recrutement est un enjeu stratégique pour Hopscotch. La page LinkedIn du groupe est régulièrement enrichie pour montrer la vie dans l'entreprise, les coulisses d'un événement, les photos des temps forts, et bien sûr les offres d'emploi. D'autres canaux, notamment via les réseaux sociaux du Groupe, sont également activés pour faire rayonner la marque auprès des candidats.

En 2018, **190 personnes** ont rejoint le groupe Hopscotch (vs 186 en 2017).

L'entreprise totalise ainsi **443 collaborateurs en 2018**.

L'attractivité de la marque employeur se déploie vers l'externe, mais aussi en interne. En 2018, la mobilité et la promotion des talents est encouragée avec l'expérimentation menée par l'équipe RH d'un nouveau « module recrutement » intégré au logiciel Talent Soft. L'idée ? La mise en commun dans une seule base de données l'ensemble des offres et postes vacants au sein du groupe Hopscotch. Dès lors, priorité sera donnée aux candidats internes désireux de bouger au sein de l'entreprise, ou d'exercer leurs talents au sein de nouvelles équipes.

Pierre angulaire de la gestion des talents, l'évaluation des collaborateurs connaît elle aussi des évolutions significatives en 2018.

La distinction entre l'entretien d'évaluation et l'entretien d'évolution permet de réserver un temps d'échange et d'expression entièrement dédié à l'évolution du collaborateur, ses souhaits de formation, ses désirs de mobilité interne ou externe à l'entreprise.

En outre, grâce à l'outil Talent Soft, les collaborateurs ont la possibilité d'enrichir et de modifier à tout moment l'expression de leurs souhaits, correspondant bien souvent aux évolutions rencontrées dans leurs métiers.

Grâce à la gestion dématérialisée et la centralisation des informations, les entretiens d'évaluation et d'évolution alimentent désormais la politique de formation et de gestion des carrières des collaborateurs. Quatre tendances se sont ainsi dégagées parmi les souhaits de formation via l'outil Talent Soft : apprentissage de l'anglais, la prise de parole en public, les métiers du Global PR, ou encore la gestion du temps et du stress.

Sur cette première base, des actions ont pu être lancées dès l'année 2018 par le service formation : modules d'apprentissage innovants en anglais de « Blindee Learning », utilisation des techniques du théâtre et des jeux de rôle pour gérer ses émotions

DEVELOPPER LES COMPETENCES DES COLLABORATEURS

« La transformation est rendue possible par la formation », déclare Sonia Gaha, Responsable Formation Hopscotch Groupe, pour laquelle l'objectif d'une formation par personne et par an est inscrit dans l'agenda 2019.

Favoriser le développement des compétences apparaît en effet comme une priorité pour le groupe Hopscotch. L'année 2018 est venue renforcer la dynamique initiée dès 2016 en matière de formation au sein de la « Hopscotch Academy ».

En 2018, ce sont près de 286 collaborateurs qui ont bénéficié d'au moins une action de formation, contre 262 collaborateurs en 2017.

Par ailleurs, le montant des dépenses consacrées à la formation continue est de 315 539 euros en 2018, contre 179 208 en 2017.

C'est autour de 3 axes majeurs que se structure la politique de formation de Hopscotch, l'objectif étant d'accompagner la montée en compétences de tous les collaborateurs.

Le programme « Global PR Certificate » : formation diplômante de niveau BAC + 5, le Global PR permet aux collaborateurs de devenir des experts en stratégie digitale, d'explorer toutes les facettes des Public relations, et de faire le lien entre le positionnement anglo-saxon et français. En 2018, les 14 modules du programme ont été suivis par **100 collaborateurs**.

Le parcours du « Manager augmenté » : l'accent a été mis en 2018 sur les compétences managériales. Les 6 capsules préparées en 2017 et suivies en 2018 ont permis d'acquérir une meilleure connaissance de soi-même et des autres, des techniques d'évaluation et de recrutement. Le parcours managérial, suivi par 100 managers entre décembre 2017 et juillet 2018 a permis de diffuser une culture de « l'attention » au sein des équipes de Hopscotch, au niveau de l'encadrement, et de maintenir un état d'esprit d'éveil managérial, indispensable aux valeurs de transmission dans l'entreprise.

Entre décembre 2018 et juillet 2019, le parcours du Manager augmenté devrait s'enrichir de 3 capsules, dont une sera plus particulièrement consacrée au « courage » managérial.

Formation pour accompagner les fonctions supports dans la valorisation de leurs métiers : la formation a permis de repositionner les fonctions supports au sein du Groupe, et de revaloriser leur intervention, notamment auprès des « clients internes » que sont les équipes projets de communication. La formation a permis de fédérer les différents services et de rassembler les équipes autour des services et des offres de l'entreprise. Les fonctions supports participent elles aussi à la réussite des campagnes et des événements !

Le développement des compétences se réalise aussi par l'échange et la transmission organisés en interne.

Dès les premiers jours de leurs recrutements, les collaborateurs participent à une journée d'intégration et d'accueil : **le « Bocal »**. Découvrir la vision et les métiers du Groupe, ainsi que la politique de gestion de carrière, tel est l'objectif des sessions organisées une fois par trimestre. **En 2018, 4 réunions « Bocal » ont été organisées.**

Les réunions Hopcase quant à elles ont pour objectif de présenter à l'ensemble des collaborateurs une sélection des réalisations du Groupe, une bonne pratique, un projet inspirant, un questionnement sur un sujet de communication. Organisées environ 2 fois par mois, les Hopcase ont permis la transmission interne d'informations et de connaissances concernant l'exercice des métiers. **En 2018, 30 réunions Hopcase ont été organisées.**

Formation, transmission, et dialogue interne contribuent à accompagner les parcours des collaborateurs et favorisent l'enrichissement de leurs compétences.

PROMOUVOIR LA DIVERSITE COMME UNE RICHESSE

Signataire de la Charte de la Diversité en entreprises, Hopscotch est engagé sur le terrain de la lutte contre les discriminations et entend développer une culture de la chance offerte à tous.

En 2018, le Groupe compte 71% de femmes parmi ses effectifs (vs 53% AACC).

Le Groupe emploie 44 femmes à des postes d'encadrement, soit 60% des cadres de l'entreprise.

Et compte 11 femmes sur 21 cadres dirigeants en 2018.

C'est surtout sur le terrain du handicap que l'action du groupe s'est portée en 2018.

Pendant la semaine de l'emploi des personnes handicapées, du 17 au 24 novembre 2018, la direction des ressources humaines a déployé une campagne d'information et de sensibilisation à destination des collaborateurs internes, avec deux objectifs :

- Collaborateurs, vous pouvez être en situation de handicap
- Collaborateurs, vous pouvez faire appel à des prestataires handicapés

Réalisés par une agence de communication ESAT « CR2E », sur un ton humoristique et décalé, les visuels de la campagne ont mis en scène des personnalités et artistes connus du grand public, en révélant leur handicap visible ou invisible. La campagne s'est déployée dans les locaux du Groupe, sous la forme d'affiches, mais aussi au moyen de la diffusion de spots audiovisuels, par mail.



Comme suite à l'opération, trois collaborateurs ont entrepris un dialogue auprès de la DRH, sans toutefois entamer une démarche de reconnaissance de leur handicap. La campagne a permis dans un premier temps de briser un tabou au sein de l'entreprise. Elle sera reconduite en novembre 2019 auprès de tous les collaborateurs.

D'autres actions de sensibilisation ont été déployées en 2018 sur le sujet du handicap. Une réunion Hopscase a été entièrement consacrée à la présentation d'un ESAT agence de communication partenaire de Hopscotch, Inspirience. L'échange entre le fondateur de Inspirience et les équipes internes a permis de montrer que l'univers de la communication peut et doit s'enrichir grâce à la diversité des talents.

En 2018, Hopscotch Groupe a par ailleurs poursuivi sa politique en faveur de l'insertion des personnes en situation de fragilité sur le marché de l'emploi.

Durant l'année écoulée, Hopscotch a eu recours à des établissements et services d'aide pour le travail (ESAT) :

- HOPSCOTCH GROUPE : à hauteur de 6 010 €
- HOPSCOTCH, à hauteur de 8 622 €
- SAGARMATHA, à hauteur de 376,96 €
- CONGRES à hauteur de 2 714,50 €

De manière générale, les événements internes du groupe sont l'occasion de faire appel à des ESAT, notamment sur des prestations de traiteur. Les déjeuners de la formation « Global PR », les petits déjeuners client, ou encore les séminaires internes sont animés par l'ESAT Pleyel « Les Ateliers gourmands ». L'idée étant de sensibiliser et de familiariser les équipes commerciales pour intégrer à terme ce type de prestation dans les offres et produits de Hopscotch.

Aujourd'hui au sein d'Hopscotch Groupe, 1 personne en situation de handicap travaillent en CDI.

ASSURER LA SECURITE DE TOUS LES COLLABORATEURS

La sécurité est un enjeu important sur des métiers liés aux prestations de services : les équipes d'Hopscotch sont en effet amenées à intervenir sur des montages parfois complexes, ce qui implique de respecter des règles strictes garantissant la sécurité de chacun sur les chantiers.

Les plans de prévention sur tous les événements sont appliqués de manière systématique.

En 2018, 58 personnes ont été formées à des thématiques concernant la sécurité (évacuation guide-fil et serre-file, SST, habilitation électrique, incendie et évacuation).

Le montant des formations portant sur cette thématique s'élève à 10 080 euros pour le Groupe, et 1280 euros pour Heaven.

CONTRIBUER AU BIEN-ETRE DES EQUIPES

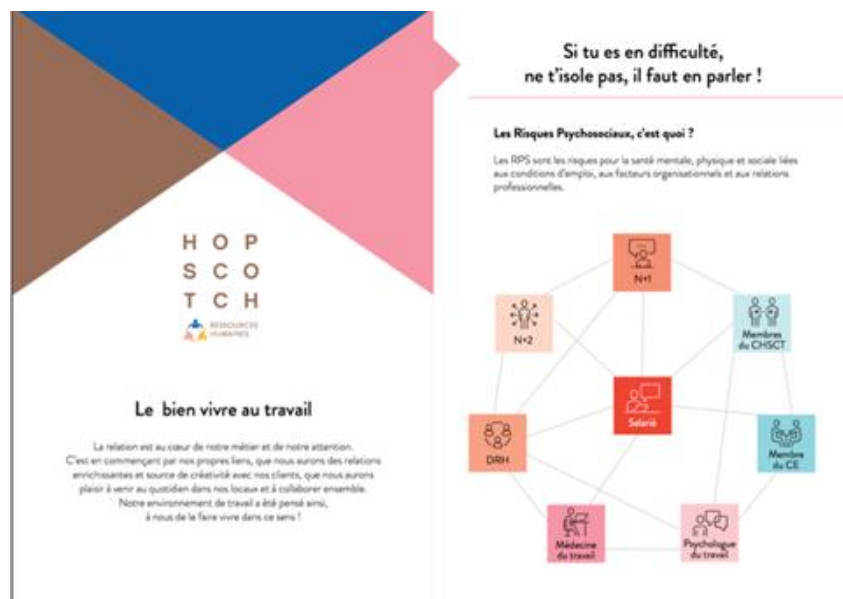
« C'est en commençant par nos propres liens que nous aurons des relations enrichissantes et source de créativité avec nos clients, que nous aurons plaisir à venir au quotidien dans nos locaux et à collaborer ensemble. ».

Cette affirmation de principe et de valeur se retrouve au cœur de l'accord Qualité de vie au travail et au bien-être des salariés dans l'univers professionnel, conclu avec les partenaires sociaux en 2017. Cet accord recouvre :

- La prévention des risques psycho-sociaux
- Les modes de communication interne
- La conciliation vie professionnelle et vie personnelle
- Le bien vivre ensemble dans la sphère professionnelle
- Le respect de la diversité dans le milieu professionnel

Ce rapport est consultable par tout salarié, et a fait l'objet de deux documents à vocation pédagogique : le premier porte sur le bien-vivre ensemble, et le second sur le travail à distance.

Le livret « bien-vivre au travail »



Mis en place avec l'accord Qualité de vie au travail, le **dispositif de travail à distance occasionnel** semble parfaitement aligné avec la culture Hopscotch. Pendant deux jours par mois, les collaborateurs ont la possibilité de travailler à distance, depuis le lieu qui leur convient le mieux. Réalisé en 2018, un sondage auprès de tous les salariés d'Hopscotch a mis en valeur le succès de ce dispositif : sur 150 personnes ayant répondu à l'enquête, 85,5% sont satisfaites. « Au niveau de la qualité du travail, tout le monde est satisfait, managers comme équipes projet », remarque le service RH.

Le livret « Travail à distance »



Le bien-être des salariés passe aussi par le renforcement du collectif.

A ce titre, la communication interne du Groupe participe à l'animation et au dialogue interne. Depuis l'accueil des nouveaux collaborateurs et la remise d'un livret d'accueil, jusqu'aux réunions d'échanges fréquentes (les Hopcase), le dialogue actif est favorisé à tous les moments de la vie du collaborateur.

Créée en 2017, le WAH sont toujours à l'honneur en 2018. Le Comité des Wellness Ambassador Hopscotch (WAH) est constitué d'une quarantaine de représentants des différentes entités du Groupe, choisis sur la base du volontariat. Leur mission est d'animer la vie interne au sein du groupe.

Enfin, dans le cadre de la certification « Great Place to Work », les salariés de Sagarmatha ont été invités à s'exprimer sur la qualité de vie au travail offerte par leur entreprise.

- **100% des collaborateurs interrogés estiment que Sagarmatha est une entreprise dans laquelle il fait bon travailler**

- 94 % des collaborateurs interrogés pensent que les équipes sont traitées avec respect

- 96% se déclarent fiers de leur travail

IMAGINER LES NOUVELLES COLLABORATIONS DE DEMAIN

L'installation de Hopscotch dans ses nouveaux locaux en 2015 a été l'occasion de choisir le principe du « Flex office » pour l'ensemble des équipes.

Les espaces nouvellement aménagés ont ainsi répondu aux nouveaux process de travail internes, plus collaboratifs et plus transversaux. Les bureaux et salles de réunions ont été pensés pour encourager l'échange, l'interactivité, la rencontre entre les équipes, la créativité. Les espaces répondent aussi aux nouveaux standards induits par la digitalisation des relations de travail.

Innovation / Strike

En 2018, l'exigence de transversalité et d'innovation s'est concrétisée avec la création de **STRIKE**, le « Lab Innovation » d'Hopscotch, sous l'impulsion de la direction générale. Sous la forme d'**ateliers d'intelligence collective**, STRIKE réunit des ambassadeurs issus de chaque direction et équipes du groupe, les **STRIKERS**, afin de partager les pratiques et d'enrichir les recommandations.

L'innovation portée par STRIKE rayonne auprès des clients du Groupe, les offres d'Hopscotch évoluant vers des relations clients plus collaboratives : de plus en plus, les briefs et les actions de communication sont co-construites avec les clients, au moyen d'ateliers et de méthodologies agiles inspirées de la culture des start-up.

Dans son fonctionnement même et les process de travail qu'il choisit, le groupe Hopscotch incarne l'innovation auprès de ses clients.

FOCUS /

Rendre les actions de communication accessibles à tous les publics

La vision du Groupe Hopscotch

Hopscotch défend une vision ambitieuse et responsable de l'accessibilité.

Bien souvent dans les métiers de la communication et de l'événementiel, l'accessibilité est réduite à la seule mise aux normes des structures d'accueil, de stationnement, ou de circulation au sein des espaces, notamment pour les PMR.

Dès la conception de ses offres, Hopscotch envisage de produire des campagnes et des événements inclusifs. A destination des publics en situation de handicap, mais aussi vers les publics les plus éloignés des actions de communication. Dans le cadre de son accompagnement auprès de Pôle Emploi, Hopscotch a ainsi décliné un grand nombre de messages et de publications en « Français pour Tous », afin d'adresser et d'inclure les publics éloignés du Français, du langage juridique, ou peu familiarisés avec les démarches administratives.

Cette vision de l'accessibilité universelle participe d'une communication d'intérêt général, améliorant à terme la qualité de tous les messages, et faisant progresser les standards de communication vers une plus grande efficacité.

PARTIE 2

Relier la planète et les générations futures

Responsabilité environnementale

Hopscotch porte une ambition forte en matière de politique environnementale.

Faire vivre ses engagements en matière de développement durable sur ses produits et services et mettre en œuvre les principes de l'éco-socio-conception des projets, notamment événementiels. Mais aussi maîtriser l'impact environnemental lié à son activité et fonctionnement.

Le groupe défend une vision cohérente de la responsabilité environnementale : sensibiliser ses collaborateurs et l'ensemble de ses parties-prenantes pour faire progresser la performance des actions de communication, et la transmission de valeurs précieuses pour la préservation de la planète.

Performance / ecovadis

Score ECOVADIS de l'item « Environnement » 70 / 100

Score ECOVADIS de l'item « Achats responsables » 70 / 100

ECO-CONCEVOIR LES EVENEMENTS ET LES CAMPAGNES

L'écoconception des projets et des campagnes revêt plusieurs aspects.

Les déchets restent aujourd'hui l'enjeu majeur de la filière événementielle et sans doute l'un des principaux leviers de transformation des modèles économiques et opérationnels.

En 2018, Hopscotch a renforcé son engagement et ses dispositifs de gestion des déchets sur l'ensemble de ses opérations événementielles.

« **L'Usine Extraordinaire** », organisée au Grand Palais du 22 au 25 novembre 2018, a été l'occasion d'expérimenter « **l'événement recyclable** ».

Les 13 000 m² d'espaces habillés, aménagés et décorés, ont représenté plus de 20 tonnes de matériaux. Comment éviter la mise en décharge des déchets au démontage ? Comment répertorier les matériaux entrants en amont, et trouver des récepteurs après l'événement ? Telles sont les questions auxquelles les équipes d'achats et de production d'Hopscotch ont répondu, au moyen de nouveaux process d'organisation et de travail.

Ainsi, dès la phase de conception de l'événement, les prestataires ont été sélectionnés selon un cahier des charges éthique et responsable, les équipes de production ont été sensibilisées à la problématique de recyclage et de récupération des matériaux. Pendant les phases de montage, l'ensemble des prestataires et partenaires ont été sensibilisés et formés à la démarche, afin de réaliser un audit et un répertoire de tous les matériaux entrants, nécessaires à l'attribution d'un récepteur pour chacun d'entre eux, après l'événement.

Le recyclage a concerné des matériaux très variés, parmi lesquels du coton gratté, du mélaminé, des bâches, des moquettes ou encore des structures en bois.

Au total, ce sont **59% de matériaux de l'événement qui ont été réutilisés ou transformés**, par exemple en éléments de décoration, en éléments de bagagerie ou en mobilier de jardin.

La dynamique impulsée par l'Usine Extraordinaire en 2018 se poursuit en 2019 : un atelier a été organisé le 24 janvier dernier entre tous les prestataires de l'événement, afin de tirer les enseignements et de poursuivre la démarche vertueuse et collective.



L'événement « L'Usine extraordinaire » - 20 000 tonnes de matériaux à traiter et recycler

Hopscotch s'engage pour mettre en œuvre les principes de l'économie circulaire au sein de toutes ses productions, et se fixe **pour objectif le « Zéro mise en décharge » pour les années à venir.**

Le Groupe Hopscotch a par ailleurs renforcé son engagement à l'occasion du Campus annuel de la rencontre responsable, le 7 février 2018. L'événement, appelé aussi « ComInRse », a rassemblé 150 professionnels du monde de l'événement. Après de plusieurs entreprises de la filière événementielle et de deux associations professionnelles du secteur, Hopscotch a anticipé les annonces du Gouvernement et s'est engagé de manière volontaire sur trois sujets, à l'horizon 2025 :

- Diminution de 50% des déchets mis en décharge
- Recyclage de 100% de la moquette utilisée sur les foires, congrès, salons et événements d'entreprise
- Redistribution des surplus alimentaires par les traiteurs événementiels.

En 2018, le groupe Hopscotch a poursuivi ses actions en matière de **lutte contre le gaspillage alimentaire**, en partenariat avec l'entreprise sociale Phenix.

Hopscotch porte également une attention particulière au **recyclage des moquettes utilisées dans le cadre de ses productions et événements**. A l'initiative d'Isabelle Luoni, directrice des achats du Groupe, un collectif de professionnels, d'installateurs et de prestataires travaille depuis décembre 2017 sur le circuit de récupération et de recyclage des moquettes, en partenariat avec le fabricant de moquettes Sommer.

L'événement Tech Days organisé pour Microsoft en octobre 2018 a permis de mettre en œuvre le nouveau process. Les 5 000 m² de moquettes utilisées pour l'événement ont été acheminés vers une entreprise de recyclage. Une fois broyé, chauffé et mélangé à d'autres chutes de plastiques, le nouveau matériau est utilisé par l'industrie horticole ou automobile.

SENSIBILISER ET FORMER LES PARTIES-PRENANTES AUX ENJEUX DU DEVELOPPEMENT DURABLE

Le dialogue interne à l'entreprise et la formation sont les meilleures réponses pour intégrer les enjeux environnementaux aux pratiques quotidiennes des collaborateurs.

En 2018, le groupe Hopscotch poursuit ses actions à destination de ses équipes internes, afin de faire évoluer ses offres et son accompagnement RSE.

Créée au cours de l'année, la **TEAM DD de Hopscotch** se réunit une fois par mois. L'objectif : partager les bonnes pratiques, communiquer sur les solutions de développement durable mises en place au sein des projets, et à terme former les nouveaux collaborateurs à l'éco-socio-conception des événements. Réunissant des équipes pluridisciplinaires, la TEAM DD favorise la transmission de valeurs et de savoir-faire au sein du Groupe.



Régulièrement, des réunions internes sont consacrées aux enjeux du développement durable dans la production des projets. Les collaborateurs sont par ailleurs informés des initiatives menées par le groupe en matière d'écoconception et d'engagement durable.

Autre initiative menée en interne : le chantier « **START WITH PLANET** », conçu par Sagarmatha. Programme d'action annuel, START WITH PLANET a pour objectif de partager et de transmettre aux collaborateurs, et à terme aux clients, les bonnes pratiques RSE.

Initié en 2018, le programme est appelé à s'enrichir et se développer en 2019. Il repose sur 5 axes majeurs :

START
With
PLANET

- Mieux communiquer en interne sur nos actions de partenariat et de labellisation, et mieux le faire savoir à l'externe
- Relancer la relation avec les prestataires locaux pour vérifier leur niveau d'engagement RSE et identifier de nouveaux partenaires responsables
- Mettre à jour les contenus RSE dans les recommandations adressées aux clients
- Organiser un « Knowledge Planet » sur le serveur commun, accessible à tous les collaborateurs internes
- Engager la réflexion sur l'expérience collaborateur à travers le prisme « planet » (à démarrer en 2019).

Le groupe Hopscotch est également soucieux de transmettre son engagement et ses bonnes pratiques auprès de ses **parties prenantes externes**.

Dans le cadre du festival « Zéro Waste », organisé le 28 juin 2018 au Cabaret Sauvage, la directrice des achats du Groupe a animé un atelier destiné aux professionnels de l'événementiel, et consacré à la production d'un événement « zéro déchet ».

La direction des achats intervient par ailleurs auprès des acteurs de la filière. Membre de la commission du développement durable de l'UNIMEV depuis 2018, Isabelle Luoni apporte ses connaissances sur la gestion des déchets événementiels. Cette participation permet de faire progresser les pratiques auprès des acteurs professionnels, mais aussi auprès des pouvoirs publics pour instaurer des nouvelles réglementations plus engageantes.

MAITRISER L'IMPACT DE NOTRE FONCTIONNEMENT

Présents dans les offres et produits à destination des clients de Hopscotch, les enjeux environnementaux se retrouvent aussi dans la gestion de l'impact généré par l'activité et le fonctionnement de son siège social.

En 2018, Hopscotch a poursuivi ses actions internes en faveur de l'économie circulaire.

D'importants efforts sont en effet déployés depuis plusieurs années pour réduire les quantités de déchets produits par les activités du siège.

Dans un premier temps, la priorité est donnée à la rationalisation des achats de fournitures. Le coordinateur du service logistique du Groupe, Mourad Berjeb, a mis en place depuis plusieurs années une **gestion du stock économe et responsable** : l'organisation des retours de production et la récupération de fournitures et autres matériels non utilisés pendant les événements, permet d'économiser environ 20% d'achats sur une année.

Une attention particulière est portée à la qualité du papier consommée par les équipes du siège, labellisé FSC.

Par ailleurs, un tri sélectif rigoureux est organisé dans les locaux du siège depuis plusieurs années, en partenariat avec des éco-organismes :

- PAPREC, pour les déchets papier, canettes et bouteilles plastiques
- CONIBI, pour les consommables usagers des copieurs
- VINCI, pour les ampoules et les néons du bâtiment
- AP2R et ATS, pour les déchets industriels et volumineux

Deux nouvelles collectes ont été mises en place en 2018 :

- La collecte des mégots, en partenariat avec MEGO
- La collecte des gobelets, en partenariat avec NEWCY

Les tendances de consommation du siège sont à la baisse pour l'année 2018.

La consommation de papier a diminué de 345 000 feuilles, ainsi que le tonnage des déchets papier et carton en baisse de 12 796 kg par rapport à 2017.

Cf. tableau annexe conso et recyclage.

Les déchets industriels banals ont fortement diminué, passant de 34 827 kg en 2017 à 31 865 kg en 2018.

En termes de consommation énergétique du bâtiment, la tendance est à la baisse en 2018, par rapport à 2017.

Le Groupe Hopscotch n'a pas réalisé de bilan carbone en 2018. Néanmoins, la tendance à la baisse de ses consommations, ainsi que la nature HQE de son bâtiment et sa position centrale dans Paris, témoignent de la volonté de diminuer les émissions de gaz à effet de serre liées à l'activité de son siège social.

Innovation / Newcy



En 2018, le groupe Hopscotch a choisi de supprimer l'utilisation de gobelets jetables dans les espaces de son siège. Les 150 000 gobelets en plastique consommés par an jusqu'alors sont désormais remplacés par 17 850 gobelets en plastique réutilisables.

Fabriqués par la start-up Newcy, les nouveaux gobelets sont fabriqués en polypropylène, apte au contact alimentaire, et disposent d'une durée de vie d'environ 150 utilisations. Collectés dans des bacs dédiés, les gobelets sont ensuite récupérés et lavés par des entreprises adaptées aux personnes en situation de handicap ou ESAT. Avant d'être redistribués dans les espaces d'Hopscotch.

Arrivé en fin de vie, le plastique des gobelets est lavé, broyé, puis réinjecté pour créer de nouveaux objets tels que des pièces automobiles, pots de fleurs ou encore boîtiers de CD.

FOCUS /

Le Eco Friendly Guide Line de Sagarmatha

Faire évoluer son offre et transmettre la philosophie RSE

Depuis plusieurs années, les équipes de Sagarmatha sont sensibilisées aux principes du développement durable. C'est une philosophie interne, concrétisée et formalisée dans les éco-gestes, manifeste interne destiné à rappeler à tous les collaborateurs les gestes importants pour limiter son impact environnemental.

Soucieux de dialoguer avec toutes ses parties prenantes, Sagarmatha a décidé de partager ces principes auprès de ses clients.

Les Guidelines répertorient les points qui appellent une vigilance particulière pour l'organisation d'un événement responsable et respectueux de l'environnement : choix du site, transports, choix des traiteurs et catering, recyclage des déchets, ou encore sélection des goodies.

PARTIE 3

Connecter toutes les communautés

Responsabilité sociétale

Les actions du Groupe Hopscotch sont animées par une conviction : la communication est un levier essentiel de promotion des enjeux du développement durable et des solutions portées par tous les acteurs. Dans cet objectif, Hopscotch est soucieux d'organiser un dialogue avec l'ensemble de ses parties prenantes, et tout particulièrement au sein de la filière événementielle. La création d'événements propriétaires à vocation d'intérêt sociétal permet également d'organiser et de nourrir la rencontre entre tous les acteurs engagés dans une démarche responsable. Ouvert sur le monde, Hopscotch est soucieux de répondre aux grands défis engendrés par les transformations de notre société, et de soutenir les actions de solidarité.

ANIMER UN DIALOGUE AU SEIN DE LA FILIERE

Convaincu qu'il faut réunir les forces vives du secteur pour faire bouger les lignes en matière de développement durable, le groupe Hopscotch s'est dès 2003 impliqué au sein de ses filières et syndicats professionnels sur la thématique RSE.

Dans cet esprit, Benoît Desveaux Directeur Général du Groupe Hopscotch, a fondé et animé divers collectifs ces dernières années. En 2007, il a été co-fondateur d'un groupe de travail rassemblant des représentants de l'ensemble de la filière événement. Ce groupe est à l'origine d'une Charte, d'un Guide de l'éco-événement et d'un site www.eco-evenement.org. Dans le prolongement, il a été Président la commission miroir française pour l'élaboration de la norme ISO 20-121. Par ailleurs, pour l'AACC, il a piloté l'élaboration d'un outil de mesure de l'impact environnemental d'une campagne de communication en s'appuyant sur PwC.

Depuis 2017, Isabelle Luoni, Directrice des achats du groupe, siège à la commission développement durable de l'UNIMEV et travaille plus particulièrement sur la question des déchets événementiels. Les réflexions et les travaux de la commission DD permettent d'exercer une influence significative sur l'aménagement des sites événementiels, plus appropriés à la récupération des déchets, mais aussi auprès des décideurs politiques afin de créer un cadre législatif plus incitatif pour les organisateurs d'événements.

Hopscotch est par ailleurs régulièrement sollicité pour animer et participer à des actions de formation auprès des professionnels de l'événementiel : par exemple, à l'occasion du festival « Zéro Waste », organisé le 28 juin 2018 au Cabaret Sauvage, ou de lors de rencontres dédiées aux événements responsables.

En 2018, les dirigeants de Hopscotch ont participé à 14 réunions organisés dans la filière événementielle.

CREER UNE OFFRE POUR CONNECTER TOUTES LES COMMUNAUTES

Au-delà de la mise en place d'outils pour aider la filière à s'engager, l'ambition du groupe Hopscotch est de créer les conditions d'une innovation durable.

Depuis la Semaine du Goût, la création d'événements propriétaires permet d'organiser la rencontre de différents acteurs et publics autour des grandes questions environnementales et sociétales de notre époque : la nutrition et la santé, la lutte contre le réchauffement climatique, les nouvelles formes du travail, et récemment les nouveaux modes de production industrielle.

Ces événements propriétaires sont l'occasion de valoriser des porteurs de solutions innovantes, issus tout aussi bien du monde privé, public ou associatif. La rencontre entre les acteurs et porteurs de projet permettant de rendre possible et durable la mise en oeuvre de solutions, sur le plan financier, mais aussi sur le plan humain. Des programmes de rencontres entre monde académique, chercheurs et entreprises sont ainsi mis en place pour faciliter les échanges et les interactions.

A l'occasion de ces événements, une attention toute particulière est portée aux publics jeunes : sensibiliser, transmettre et éduquer sont les piliers sur lesquels Hopscotch appuie sa démarche de communication responsable vers les générations futures. Des partenariats sont ainsi noués avec l'Education nationale, et des programmes spécifiques sont créés pour les enfants et les adolescents.

A côté de ses grands événements propriétaires, Hopscotch s'engage aux côtés de ses clients dans leur communication RSE, et la valorisation de leurs produits et services responsables.

En 2018, les différentes entités du Groupe ont accompagné de nombreux projets et clients sur ces thématiques.

Pendant la semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées, Sagarmatha a mené une opération de communication interne auprès de tous les collaborateurs d'un grand groupe.

Les équipes de Sagarmatha ont par ailleurs organisé la cérémonie 2018 de « Great Place to Work », ainsi qu'une journée de conférence.

ACCOMPAGNER LES NOUVEAUX USAGES NUMERIQUES ET LA PROTECTION DE LA REPUTATION

La gestion de l'image est au cœur des activités de Hopscotch. En 2018, les offres du groupe se sont particulièrement attachées aux nouveaux enjeux de la communication digitale et de la réputation des entreprises, notamment sur les réseaux sociaux.

A ce titre, Hopscotch développe son offre selon les axes suivants :

- La veille online des parties-prenantes de l'entreprise pour détecter au plus tôt les sujets d'opinion sensibles,
- Les cartographies d'opinion pour comprendre les jeux d'acteurs,
- Les actions correctives : production de contenu, repositionnement éditorial ...

ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES ET LES FOURNISSEURS DANS LEUR DEMARCHE DE PROGRES

Un travail de fond est réalisé depuis plusieurs années par le service achats du groupe, auprès des fournisseurs et partenaires.

En effet, la démarche de sélection et d'évaluation des prestataires d'Hopscotch est effectuée dans l'optique d'accompagner une démarche de progrès et d'amélioration.

Ainsi, la création du « groupe moquettes » a réuni en 2017 et 2018 des fournisseurs d'Hopscotch, dans un souci de partage de bonnes pratiques sur la question de la récupération et du recyclage des matériaux. De même, l'ensemble des partenaires et fournisseurs de l'opération Usine Extraordinaire ont été réunis après l'événement, en janvier 2019, pour un suivi de la démarche de gestion des déchets.

SOUTENIR DES CAUSES ET DES ACTIONS SOLIDAIRES

Depuis sa création, le Groupe Hopscotch soutient différentes structures œuvrant dans le domaine social ou la protection de l'environnement : Ashoka, Les Apprentis d'Auteuil, La Bourse des Talents, Nos Quartiers ont des talents, Tourism for Development, CO2 Solidaire, WWF, LOL Project, La Fondation Good Planet pour ne citer que quelques-unes des structures soutenues ces dernières années.

En 2018, près de 375 000 euros ont été affectés aux causes solidaires, sous la forme de financements directs ou de mécénat de compétences, auprès de 10 organisations différentes.

Cf. tableau annexe.

En 2018, Sagarmatha a décidé d'initier un mécénat de compétences avec l'association REVES, pour l'organisation de leur 25ème anniversaire. Le mécénat sera mis en place au cours de l'année 2019.

Dans cet objectif, une équipe Sagarmatha transverse Lyon-Paris-Lille a été mise en place dès le mois d'octobre 2018.

STRUCTURER DES GRANDS PROJETS SOCIETAUX

Au-delà du soutien apporté à des causes solidaires, le groupe Hopscotch accompagne des grands projets sociétaux.

Sous l'égide de FACE (fondation agir contre l'exclusion), et créée par Hopscotch en 2018, la fondation Usine Extraordinaire a pour ambition de rassembler le plus grand nombre de parties prenantes (industriels, partenaires sociaux, enseignants, formateurs...) et faire changer le regard des Français et surtout celui des jeunes générations sur l'industrie. La fondation réunit aujourd'hui des industriels de la FIM (Fédération des Industries Mécaniques), l'UIMM (Union des Industries et Métiers de la Métallurgie), l'Alliance pour l'Industrie du Futur et BPI France. La Fondation a constitué un comité d'experts composé de personnalités qualifiées (scientifiques, économistes, designers, sociologues et philosophes), qui ont réfléchi ensemble et produit le Manifeste de l'Usine Extraordinaire.

Autre grand projet sociétal soutenu et accompagné par Hopscotch : la transmission du goût et du bien manger pour contribuer à lutter contre les inégalités sociales et les exclusions en matière d'alimentation.

Initiée en 2016, la Fondation pour l'innovation et la transmission du goût, a vu le jour en février 2017. Créée par Hopscotch et SOPEXA, la fondation oriente ses actions autour de 4 axes majeurs :

- Soutenir des actions pédagogiques auprès des publics sensibles
- Mettre en place des mesures prospectives en faveur de l'innovation sociétale
- Produire des travaux et diffuser des messages auprès d'un large public
- Soutenir des projets de recherche-action pluridisciplinaires en lien avec l'alimentation

FOCUS /

Le manifeste de l'Usine Extraordinaire

1. L'INDUSTRIE : UN ENSEMBLE DE COMMUNAUTÉS HUMAINES

L'industrie doit faire face et s'adapter aux changements de la société. Le comité relève trois grandes transformations qui émergent au sein des nouvelles générations : le désir d'autonomie, la recherche de sens et la volonté de faire.

2. LA RELATION ENTRE LA NATURE ET L'INDUSTRIE

L'industrie s'est souvent inspirée de la nature pour s'inventer et se réinventer, mais aussi pour accélérer son développement par une exploitation rapide des ressources. Les usines d'aujourd'hui sont conçues dans la perspective d'un monde fini, où les déchets deviennent de nouvelles ressources et où le maître mot est la sobriété.

3. L'INDUSTRIE ET LE NUMÉRIQUE

Le compagnonnage entre l'humain et les machines. Travailler plus intelligemment, supprimer les tâches pénibles et capitaliser sur l'automatisation et la robotique pour permettre aux hommes d'augmenter leurs capacités individuelles et collectives... en un mot : mettre la technologie au service de l'homme.

4. L'INDUSTRIE, LES IMAGINAIRES ET LES ARTISTES

L'industrie est un phénomène culturel enraciné dans les sociétés, à la fois lieu d'utopies, d'imaginaire et de labeur. Le temps est aux nouvelles alliances, à la renaissance de l'industrie, qui ouvre de nouvelles perspectives pour inspirer les artistes. Le Grand Palais, à la croisée des deux mondes, illustre ce lien retissé.

5. AU-DELÀ DU « PRODUIT FINI »

L'industrie comme lieu de réinvention des expériences et des usages. A travers ce dernier thème, les experts montrent comment l'industrie transcende sa propre raison d'être, et accélère l'avènement d'une société basée sur les services et les usages. Il s'agit de réinventer nos villes, de les rendre plus durables, de créer de nouveaux systèmes de mobilité, de nouvelles architectures énergétiques, une nouvelle agriculture... L'industrie du futur va au-delà des objets et de leur accumulation sans fin. Elle repense les systèmes au service des besoins fondamentaux des humains.

ÉLÉMENTS TRANSVERSAUX

LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION AU SEIN DU GROUPE HOPSCOTCH

Le respect des pratiques éthiques est en cours d'évaluation au sein de l'entreprise. La direction des achats du Groupe Hopscotch élabore depuis le début de l'année 2019 un code de bonne conduite destiné à encadrer les pratiques et les usages des acheteurs et des fournisseurs. Le code de bonne conduite sera publié et appliqué au cours de l'année.

LE RESPECT DES DROITS DE L'HOMME

Hopscotch est signataire de la Charte de la Diversité, dont les dispositions ont été intégrées au sein du dernier accord « Qualité de vie au travail ».

Par ailleurs, et au titre de ses activités de communication, le groupe Hopscotch est une entreprise attentive au respect de la liberté d'expression. Il encourage la pluralité des opinions et des idées dans le cadre de son accompagnement auprès de clients externes.

La sensibilité de Hopscotch au respect des droits de l'homme se traduit en interne par l'encouragement d'un esprit critique et de méthodes collaboratives.

L'ETHIQUE DANS LES AFFAIRES

Le Groupe Hopscotch n'est pas complètement soumis aux obligations issues de la Loi Sapin II. Néanmoins, l'entreprise souhaite s'engager pour la mise en œuvre et le respect de principes éthiques dans les affaires. Cet engagement revêt plusieurs aspects :

- Des actions de sensibilisation en interne
- La mise en place d'un process d'alerte durant l'année 2019
- L'élaboration d'un code de bonne conduite pour les fonctions achats du Groupe

LA LUTTE CONTRE L'EVASION FISCALE

Le groupe Hopscotch est une entreprise basée en France, qui répond à toutes les obligations légales en vigueur. Sa structure financière est saine et stable.

Les instances de gouvernance du Groupe sont vigilantes et attentives au respect de la réglementation française et européenne en matière de fiscalité.

LE RESPECT DU BIEN-ETRE ANIMAL

Le bien-être animal n'est pas une thématique applicable aux activités de Hopscotch.

Le groupe Hopscotch déploie des actions de promotion pour une meilleure alimentation, et pour lutter contre la précarité alimentaire. Si le respect du bien-être animal ne figure pas en tant que tel dans les objectifs de la « Fondation pour l'innovation et la transmission du goût », il participe néanmoins à une meilleure qualité de l'alimentation.

LA SECURITE DES DONNEES PERSONNELLES

En vertu de la réglementation européenne « RGPD », le groupe Hopscotch met en œuvre les principes de la protection des données personnelles. Cette mise en œuvre intervient dans le cadre de ses activités de prospection, et d'accompagnement de ses clients. Mais aussi en interne, à destination de ses collaborateurs.

MÉTHODOLOGIE

AVANT-PROPOS

Le présent rapport a été réalisé selon les indications des articles L.225-102-1, R.225-105 et R.225-105-1 du Code du Commerce portant sur les indicateurs extra-financiers de l'entreprise.

La présente déclaration porte sur la période du 1er janvier 2018 au 31 décembre 2018.

La responsabilité générale du reporting RSE incombe au Consultant RSE mandaté par le Groupe au moment de la réalisation du rapport.

Celui-ci s'appuie sur les différents services concernés et consolide les données des entités au niveau Groupe.

L'organigramme du Groupe est disponible auprès de la Direction Juridique et est publié dans la rubrique « Organigramme » du Document de Référence ; il sert de base au périmètre du reporting (cf. infra).

DEFINITION DU PERIMETRE

- Le périmètre du reporting concerne l'ensemble des données sociales, sociétales et environnementales telles que précisées par les articles L.225-102-1, R.225-105 et R.225-105-1 du code du commerce, ainsi que d'autres indicateurs pertinents par rapport à l'activité de Hopscotch Groupe et en cohérence avec la politique RSE du Groupe.

L'ensemble des entités du Groupe est pris en compte exception faite :

- des entités situées à l'étranger (seule la masse salariale inclut les entités situées à l'étranger) : HOPSCOTCH Europe et HOPSCOTCH Africa Casablanca (soit 14 salariés sur 526,12 [effectif moyen mensuel] = 2,70% de l'effectif moyen mensuel).

- des entités entrées ou sorties du Groupe au cours de l'année concernée par le reporting : acquisition des sociétés Wami et Wami Concept, et dissolution de la société Heaven Inc. Établie au Canada.

- Le périmètre est basé sur le dernier organigramme en date, au 31/12 de l'année N, fourni par la Direction juridique et inclus dans la rubrique « Organigramme » du Document de Référence.

ORGANISATION DU REPORTING

Période et fréquence

Le reporting est réalisé une fois par an, dans le courant du mois de mars de l'année n pour l'exercice n-1.

Planning

DATE	QUI	QUOI	A QUI
Mi-février	Consultant RSE ou Responsable Administratif et Financier Groupe	Envoi tableau des indicateurs aux entités hors siège social	Référents reporting par entité hors siège social
Fin février	Référents reporting par entité hors siège social	Envoi tableau des indicateurs entités renseigné	Consultant RSE ou Responsable Administratif et Financier Groupe
Mi-février à première semaine de mars	Consultant RSE	Récupération des différentes données individuelles auprès des contacts siège social	Référents reporting par entité hors siège social + référents métiers
Première quinzaine de mars	Consultant RSE	Consolidation des différentes données récupérées et rédaction du rapport RSE	
Mi-mars	Direction Générale	Relecture Rapport RSE et modifications pour validation	-
Mi-mars	Consultant RSE	Remise du rapport RSE à l'organisme tiers certificateur	-

ESTIMATIONS EFFECTUEES POUR L'EXERCICE 2018

En cas d'estimation de certaines données, la précision relative aux estimations concernées figure dans le tableau des indicateurs.

Pour l'exercice 2018 :

- la quantité totale de déchets recyclés (kg) : la quantité de déchets recyclés pour Heaven a été estimée sur la base de 140 kg de déchets par salarié (base 91 collaborateurs) et par an (issu de l'étude Ademe 2013 « Être éco-citoyen au bureau »), dont 75% de papier qui sont envoyés en recyclage via le système de tri mis en place par la Mairie de Paris
- la quantité totale de déchets industriels banals (kg) : la quantité de déchets non recyclés pour Heaven a été estimée sur la base de 140 kg de déchets par salarié (base 91 collaborateurs) et par an (issu de l'étude Ademe 2013 « Être éco-citoyen au bureau »), dont 25% de déchets industriels banals

CONTROLES INTERNES ET EXTERNES

Les différents contributeurs effectuent eux-mêmes un premier niveau de contrôle avant remise de leur(s) fichier(s) de suivi au Consultant RSE.

Un second niveau de contrôle est effectué par le/la Consultant RSE qui réalise des contrôles de cohérence entre les données n et les données n-1.

Le cas échéant, le/la Consultant RSE peut être amené(e) à demander des pièces justificatives.

DEFINITION DES INDICATEURS

Les indicateurs prioritaires revus par KPMG figurent au sein du tableau des indicateurs de performance extra-financière prioritaires en annexe de ce rapport.

« Les contrats à durée déterminée d'usage sont exclus dans les données « mouvements » c'est-à-dire les embauches et les départs. Ces contrats, spécifiques à l'activité d'Hopscotch, concernent l'embauche de collaborateurs sur des durées ponctuelles, directement liée à un surcroît d'activité non prévisible lié à la signature d'un contrat pour un client.

L'exclusion se justifie par une impossibilité technique pour l'entreprise de suivre les données relatives aux contrats à durée déterminée d'usage de façon fiable compte tenu des outils actuels, néanmoins, Hopscotch s'engage sur un délai raisonnable de trois ans pour mettre en place des actions pour collecter et publier ces données sur les prochains exercices. »

Nombre de réunions organisées auxquelles Hopscotch participe dans la filière événementielle :

« Le périmètre de reporting de cet indicateur est restreint aux participations de la Directrice Générale Hopscotch Event et du Président du Directoire d'Hopscotch Groupe aux réunions organisées dans la filière événementielle. »

PRECISIONS CONCERNANT LA DEFINITION DU MODELE D'AFFAIRES ET DU TABLEAU DES RISQUES ET OPPORTUNITES

Le modèle d'affaires de Hopscotch Groupe a été défini de la façon suivante :

- Concertation au sein de la direction générale du groupe, entre Benoît DESVEAUX, Pierre-Franck MOLEY, Frédéric BEDIN : à partir d'un canevas de business modèle, les membres de la Direction générale ont défini une première version.
- Partage des premiers modèles avec les directions supports concernés : direction des ressources humaines, direction juridique, ainsi que la directrice générale adjointe du Groupe Valérie BONNEMENT.
- Validation finale de la direction générale du Groupe
- Réécriture et mise en page : intervention d'un consultant RSE et du studio graphique de Hopscotch

N.B / Sur la base du modèle d'affaires ainsi validé, le travail de définition des risques a pu démarrer. Les informations présentées dans le modèle d'affaires et dans le tableau des risques sont en cohérence et concordance.

Les risques et les opportunités liés à l'activité du Groupe ont été définis de la façon suivante :

- Concertation au sein de la direction générale pour identifier les premiers risques
- Partage de la première version avec les directions supports et métiers concernées
- Puis partage de la première version avec le cabinet d'Audit KPMG
- Intervention du consultant RSE dans la formulation des Items et des risques
- Validation finale de la direction générale

ANNEXE RSE

INDICATEURS DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIERES PRIORITAIRES

	PÉRIMÈTRE	INDICATEURS PRIORITAIRES	2017	2018
SOCIAL	Hopscotch Groupe	Effectif (CDI et CDD) au 31.12 et répartition par âge et genre	466	443
		Nombre d'embauches	186	190
		Nombre d'heures de formation	8 783	10 167
		Nombre de salariés formés	262	286
		Taux de femmes à des postes d'encadrement	NC	60%
		Taux de travailleurs handicapés	0,25%	0,25%
ENVIRONNEMENT	Le siège d'Hopscotch et sa filiale Heaven pour les consommations d'électricité Le siège d'Hopscotch seul pour les consommations d'eau, de chaleur et froid urbain	Consommation électrique totale kWh	474 179	477 702
		Consommation de chaleur urbaine MWh	271	191
		Consommation de froid urbain MWh	NC	22 174
		Consommation d'eau m3	2 676	2057
		Emission de CO2 liés aux consommations d'énergie Teq CO2	79,01	68
		Quantité totale de déchets recyclés Kg	32 431	28 762
		Quantité totale de déchets industriels banals	34 827	31 865
SOCIÉTAL	Le périmètre de reporting de l'indicateur Nombre de réunions organisées auxquelles Hopscotch participe dans la filière événementielle est restreint aux participations de la Directrice Générale d'Hopscotch Event et du président du Directoire Hopscotch Groupe. Les autres indicateurs sociétaux sont reportés sur le périmètre d'Hopscotch Groupe.	Montant total des dons et mécénats	303 324 euros	375 000 euros
		Nombre de personnes qui ont participé à des mécénats de compétence		11
		Montant total du mécénat	228 124 euros	140 787 euros
		Nombre de réunions organisées auxquelles Hopscotch participe dans la filière événementielle	NC	14