



HOPSCOTCH GROUPE

# RAPPORT DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DE L'ENTREPRISE

— EXERCICE 2019 —



Le document d'enregistrement universel a été déposé auprès de l'AMF, en sa qualité d'autorité compétente au titre du règlement (UE) n°2017/1129, sans approbation préalable conformément à l'article 9 dudit règlement.  
Le document d'enregistrement universel peut être utilisé aux fins d'une offre au public de titres financiers ou de l'admission de titres financiers à la négociation sur un marché réglementé s'il est complété par une note [d'opération/relative aux titres financiers] et le cas échéant, un résumé et tous les amendements apportés au document d'enregistrement universel.  
L'ensemble alors formé est approuvé par l'AMF conformément au règlement (UE) n°2017/1129.

Paris, le 21  
octobre 2020,

## **DECLARATION DE SOUTIEN AU PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES**

Depuis 2003, le groupe a initié une stratégie de développement durable engagée et volontariste sur les enjeux de la RSE dans nos métiers. L'idée est d'allier la performance économique de notre activité à nos responsabilités en matière environnementale, sociale et sociétale.

Seuls, nous ne changerons pas le monde. C'est pourquoi, dès le début, nous avons souhaité associer à notre démarche nos différentes parties prenantes, les collaborateurs du groupe, nos fournisseurs et nos clients, et nous travaillons avec l'ensemble de la filière communication pour contribuer à inventer ensemble une communication plus responsable.

Nous avons adhéré pour la 1<sup>re</sup> fois au Global Compact le 18 juin 2009, année où nous avons décidé d'accélérer notre stratégie RSE : c'est l'année du lancement de notre politique d'achats responsables, et celle où nous avons certifié le système de management responsable d'une de nos équipes événementielles (BS 8901, à l'origine de la norme ISO 20121).

Depuis, notre stratégie RSE a beaucoup gagné en structuration, notamment grâce à la formation d'un service dédié et à nos diverses certifications qui nous aident à évoluer dans une démarche d'amélioration continue (Ecovadis, Lucie, ISO 20121...).

Face aux nouveaux enjeux qui transforment nos métiers, le Groupe Hopscotch souhaite aujourd'hui renforcer plus que jamais l'impact positif de l'ensemble de ses activités. La RSE fait ainsi partie intégrante des 5 valeurs du Groupe : l'innovation, l'entrepreneuriat, talents, accompagnement et éco-socio-conception.

Aujourd'hui, nous renouvelons avec enthousiasme et détermination notre adhésion aux 10 principes du Global Compact ; et notre engagement non seulement à les respecter, mais surtout à les promouvoir auprès de toutes nos parties prenantes.

Benoit DESVEAUX  
Directeur Général, membre du Directoire



# S O M M A I R E

ÉDITO.....	5
<b>1 # LE MODÈLE D’AFFAIRES, RISQUES &amp; OPPORTUNITÉS, STRATÉGIE.....</b>	<b>9</b>
1.1. Le modèle d'affaires .....	9
1.2. Les risques et les opportunités .....	11
1.3. Une stratégie qui intègre la RSE .....	13
1.3.1. 5 piliers stratégiques qui intègrent directement les valeurs de la RSE .....	13
1.4. Hopscotch et les objectifs de développement durable .....	14
1.5. Les certifications et les labels .....	15
1.5.1. ECOVADIS .....	15
1.5.2. Lucie .....	16
1.5.3. Great Place to Work .....	16
<b>2 # CRÉER LES LIENS ENTRE LES HOMMES .....</b>	<b>17</b>
2.1. Mieux accompagner les collaborateurs en interne.....	17
2.2. Identifier les talents et accompagner les parcours .....	18
2.3. Développer les compétences des collaborateurs .....	19
2.4. Promouvoir la diversité comme une richesse .....	19
2.5. Assurer la sécurité de tous les collaborateurs .....	20
2.6. Favoriser le dialogue interne .....	21
2.7. Contribuer au bien-être des équipes .....	21
2.8. Imaginer les nouvelles collaborations de demain .....	23
2.9. FOCUS / Rendre les actions de communication accessibles à tous les publics ...	23
2.9.1. La vision du Groupe Hopscotch .....	23
<b>3 # RELIER LA PLANÈTE ET LES GÉNÉRATIONS FUTURES .....</b>	<b>24</b>
3.1. Eco-concevoir les événements et les campagnes.....	24
3.2. Sensibiliser et former les parties-prenantes aux enjeux du développement durable et de la solidarité .....	25
3.3. Maîtriser l'impact de notre fonctionnement .....	27
3.4. FOCUS / Les 12 Greenflex Sagarmatha.....	28
3.4.1. Faire évoluer son offre et transmettre la philosophie RSE .....	28
<b>4 # CONNECTER TOUTES LES COMMUNAUTÉS.....</b>	<b>29</b>
4.1. Animer un dialogue au sein de la filière .....	29
4.2. Créer une offre pour connecter toutes les communautés .....	29
4.3. Accompagner les nouveaux usages numériques et la protection de la réputation	30
4.4. Accompagner les partenaires et les fournisseurs dans leur démarche de progrès .....	30

4.5. Soutenir des causes et des actions solidaires .....	31
4.6. Structurer des grands projets sociétaux.....	31
4.7. FOCUS / Le manifeste de l'Usine Extraordinaire .....	32
4.7.1. 1. L'industrie : un ensemble de communautés humaines .....	32
4.7.2. 2. La relation entre la nature et l'industrie.....	32
4.7.3. 3. L'industrie et le numérique .....	32
4.7.4. 4. L'industrie, les imaginaires et les artistes .....	32
4.7.5. 5. Au-delà du « produit fini ».....	32
<b>5 # ÉLÉMENTS TRANSVERSAUX .....</b>	<b>33</b>
5.1. Éthique et lutte contre la corruption au sein du Groupe Hopscotch.....	33
5.2. Le respect des droits de l'homme .....	33
5.3. La lutte contre l'évasion fiscale .....	33
5.4. Le respect du bien-être animal .....	33
5.5. La sécurité des données personnelles.....	34
<b>6 # MÉTHODOLOGIE.....</b>	<b>34</b>
6.1. Avant-propos.....	34
6.2. Définition du périmètre .....	34
6.3. Organisation du reporting .....	35
6.3.1. Période et fréquence .....	35
6.3.2. Planning .....	35
6.4. Estimations effectuées pour l'exercice 2019 .....	35
6.5. Contrôles internes et externes.....	35
6.6. Définition des indicateurs .....	35
6.7. Précisions concernant la définition du Modèle d'affaires et du tableau des risques et opportunités .....	36
<b>ANNEXES .....</b>	<b>37</b>
Indicateurs de performance extra-financières prioritaires .....	38
Consommation des fluides 2019 .....	39

# É D I T O

## 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, 100% de nos clients portent une stratégie RSE, pour répondre aux aspirations sociétales de notre époque. Les attentes évoluent, ainsi que les business modèles. Pour Hopscotch Groupe, travailler sur ces 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 publiques 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 publiques, 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 ou immatériel, nous sommes les 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.

## **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**

### **Piloter le développement durable**

Un membre du Directoire, Benoît Désveaux, porte le développement durable 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.

### **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.

---

## **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.

Enfin, il faut préciser que chaque année Hopscotch Groupe publie son document de référence, dans lequel figure la structure du capital, les risques encourus, les rémunérations de l'équipe dirigeante et des mandataires sociaux. Cette publication n'est pas obligatoire, et témoigne d'une volonté de transparence.

### **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 des réseaux sociaux d'entreprise comme HOPLA, des outils de dialogue, de rencontres et d'échanges. 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.

### **Si vous deviez identifier des temps forts en matière de RSE au cours de l'année 2019, quels seraient-ils ?**

La création de STRIKE en 2018 a insufflé une formidable dynamique, qui s'est poursuivie et a grandi tout au long de l'année 2019. Ces ateliers d'intelligence collective, réunissant un pool d'experts du planning et de l'idéation, identifient en interne les meilleures

pratiques, les dernières tendances, et les aspirations sociétales. Et permet in fine de mieux accompagner nos clients dans la co-construction de leurs projets.

L'année 2019 a vu également la création au sein d'Hopscotch Groupe de notre service « Performance ». Le service va au-delà des compétences d'achat et de sourcing, en étant force de veille et de proposition pour la conception raisonnée d'événements responsables. Le service Performance s'interroge avec lucidité sur ce qu'il est possible de faire pour chaque événement. En ce sens, il est créateur de valeurs et de conseil, au point d'être sollicité par les clients de l'Agence.

En 2019, je peux dire que nous avons affirmé notre philosophie générale : faire de notre mieux. Sans grande déclaration ni plan, nous installons une tendance qui est vertueuse auprès de toutes nos parties prenantes. C'est une démarche ancrée et sincère.

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

C'est précisément 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.

#### **Innovation**

##### **Focus Gouvernance chez Sagarmatha**

Créé en 2016, le Sagboard de Sagarmatha, est une version élargie du Comité de direction. IL rassemble des collaborateurs élus et des managers de différents bureaux et marques, ainsi que les quatre directeurs généraux. Le Sagboard a pour ambition de faire remonter, sélectionner et faire avancer les sujets concrets et stratégiques qui concernent la vue de l'agence et le business en allant toujours vers plus de responsabilité au sein de l'équipe.

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 2019 pour prendre les grandes décisions d'orientation pour l'entreprise, autour des thématiques choisies par les équipes : créativité et communication, rémunération, stratégie de marque.



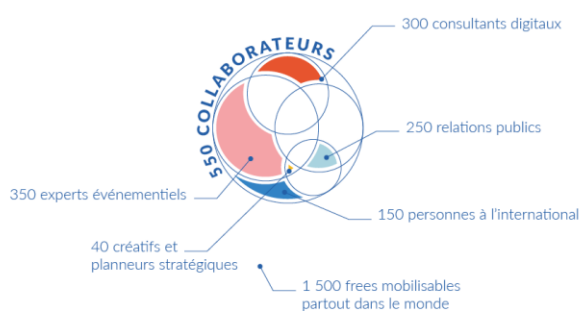
# # LE MODÈLE D'AFFAIRES, RISQUES & OPPORTUNITÉS, STRATÉGIE

## 1.1. Le modèle d'affaires

1

## UNE CRÉATION DE VALEUR DURABLE

### RESSOURCES



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

**132**  
recrutements

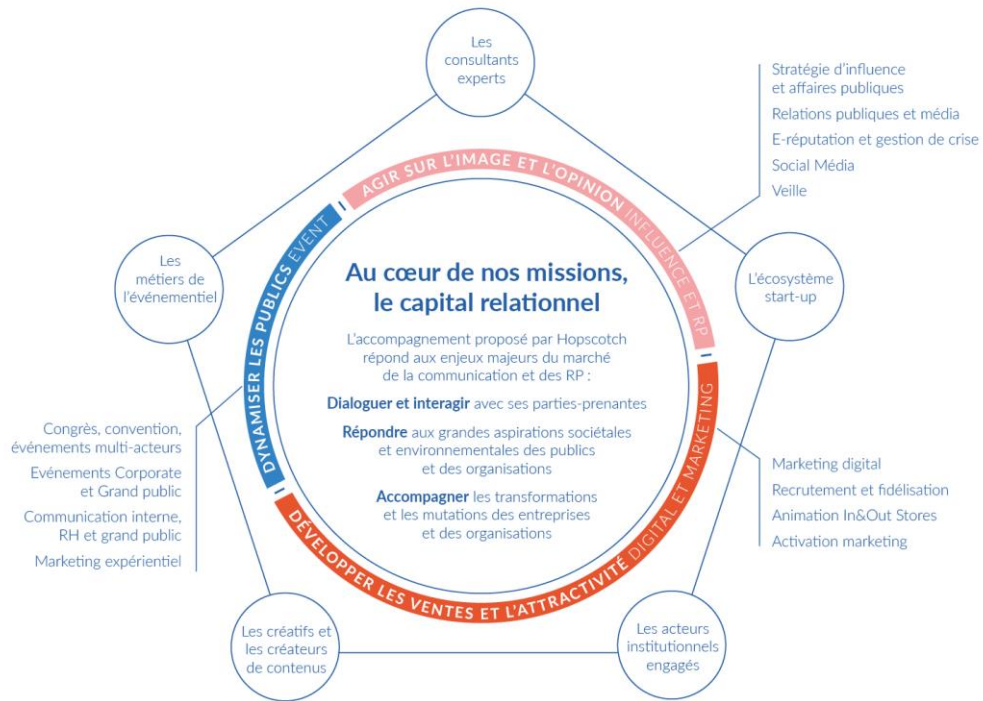
**288**  
collaborateurs  
ont bénéficié  
d'une formation

**325 000**  
euros affectés  
aux causes  
solidaires

**69/100**  
score global Ecovadis pour  
l'ensemble de sa performance  
extra-financière



## ACTIVITÉS ET VALEURS



## CLIENT

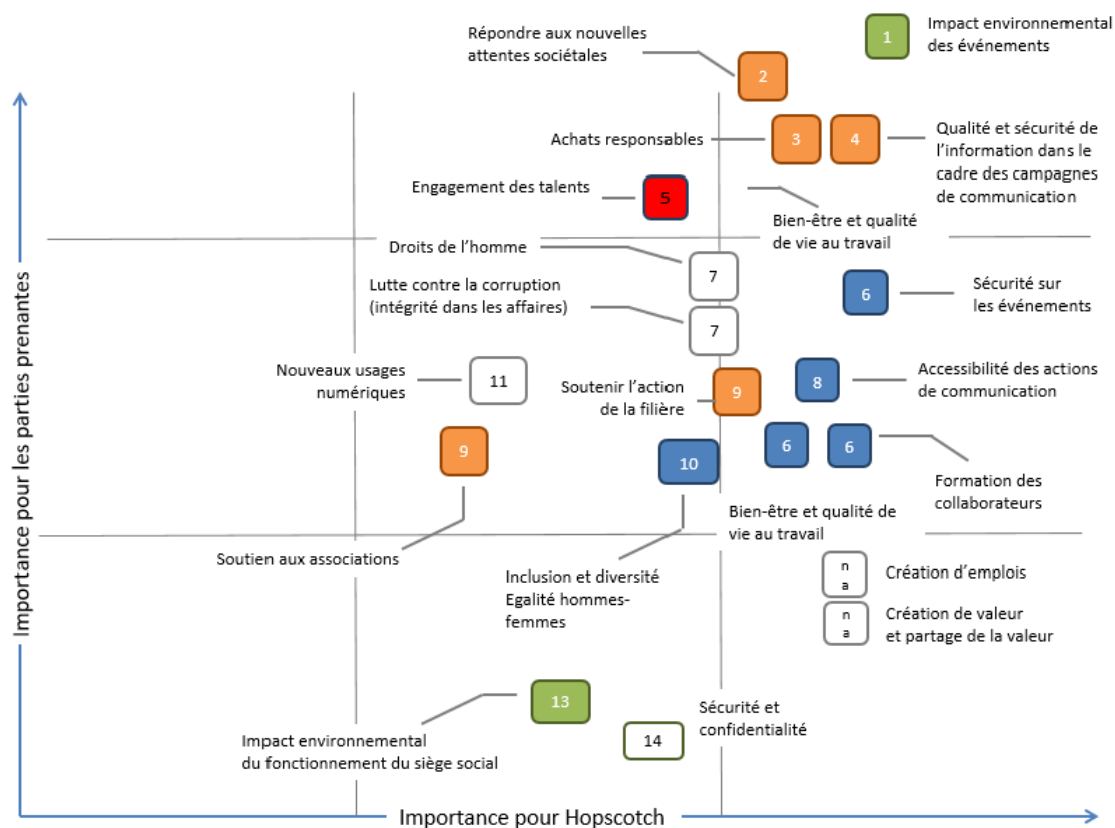


### Rencontrer nos clients et valoriser notre offre

- 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.

## 1.2. Les risques et les opportunités

	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'éco-conception 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 Eco-conception 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 cocréation avec nos clients et nos partenaires (STRIKE)  L'offre Hopscoth 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 Hopscoth  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'éco-conception 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 recrutés en 2019 Effectif (CDI et CDD) en 2019
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 2019 Nombre d'heures de formations suivies en interne Nombre de salariés formés Politique de formation globale La mobilité en interne chez Hopscoth La QVT (les accords, la mise en oeuvre) L'organisation du travail (Flex office, le télé-travail)
7	LA SÉCURITÉ DES ÉVÉNEMENTS	Assurer la sécurité des équipes Hopscoth 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 oeuvre 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	Évaluer 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 Hopscoth 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 Hopscoth 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 Les réunions organisées dans la filière événementielle
11	L'INCLUSION ET LA DIVERSITÉ	Lutter contre les discriminations en interne, au sein des équipes de Hopscoth, 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



## 1.3. Une stratégie qui intègre la RSE

### 1.3.1. 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.
- › **Entreprenariat** / 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.

#### 1.4. Hopscotch et les objectifs de développement 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.



##### 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, 71% 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.

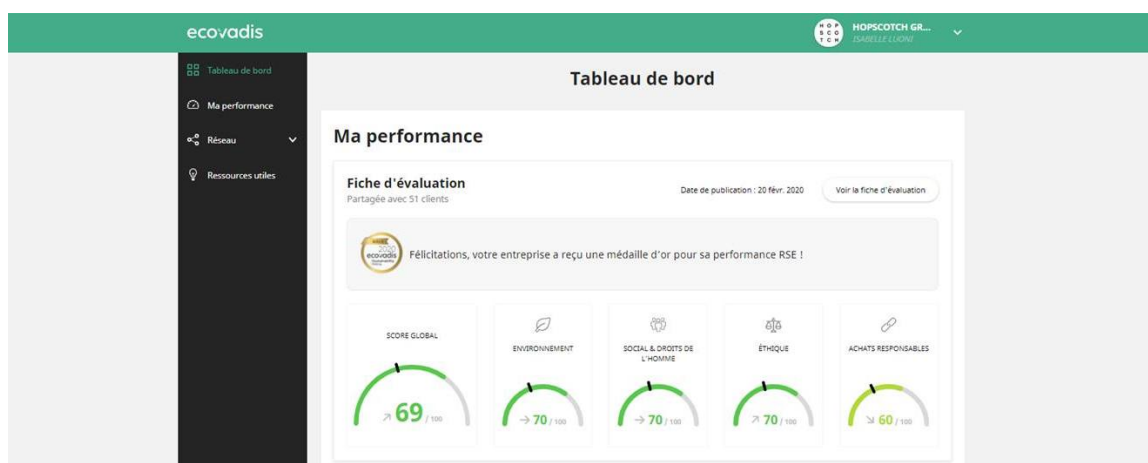
- › Via les associations et les syndicats de sa filière, Hopscotch contribue à différentes démarches collaboratives de transformation des métiers de la communication et de l'événement

## 1.5. Les certifications et les labels

### 1.5.1. ECOVADIS

**En 2019, le groupe Hopscotch obtient une note globale de 69 / 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.



### 1.5.2. Lucie



Sagarmatha a été labellisée « LUCIE » pour la première fois en 2016. Suite à l'audit du 13 septembre 2019, le label a été renouvelé, soulignant les points forts de la filiale en termes d'intégration de la démarche RSO à la stratégie globale, de gouvernance responsable, ou d'éco-conception des produits, services et activités.

### 1.5.3. 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 2<sup>ème</sup> au classement Great Place To Work des entreprises de moins de 50 salariés.



## # 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.

Score ECOVADIS pour l'item « Social et droits de l'homme »

**70/100**

### 2.1. Mieux accompagner les collaborateurs en interne

En 2018, le périmètre de la direction des ressources humaines, enrichie d'un service de communication interne et d'un service de formation, témoignait d'une volonté d'instaurer un dialogue interne plus cohérent au sein du Groupe.

La dynamique s'est poursuivie en 2019, avec la création d'un nouveau poste de chargé de RH, renforçant la capacité opérationnelle d'accompagnement de tous les collaborateurs, et la possibilité de proposer davantage de rendez-vous de sorties ou d'intégration. « La direction des ressources humaines se positionne comme un véritable business partner, et déploie encore mieux sa capacité d'accompagnement. », déclare Marie de Beauregard, Directrice des ressources humaines. En 2019, ce sont près de 15 réunions de préparation des managers qui ont été menées par la direction des ressources humaines, en prévision des entretiens individuels d'évaluation.

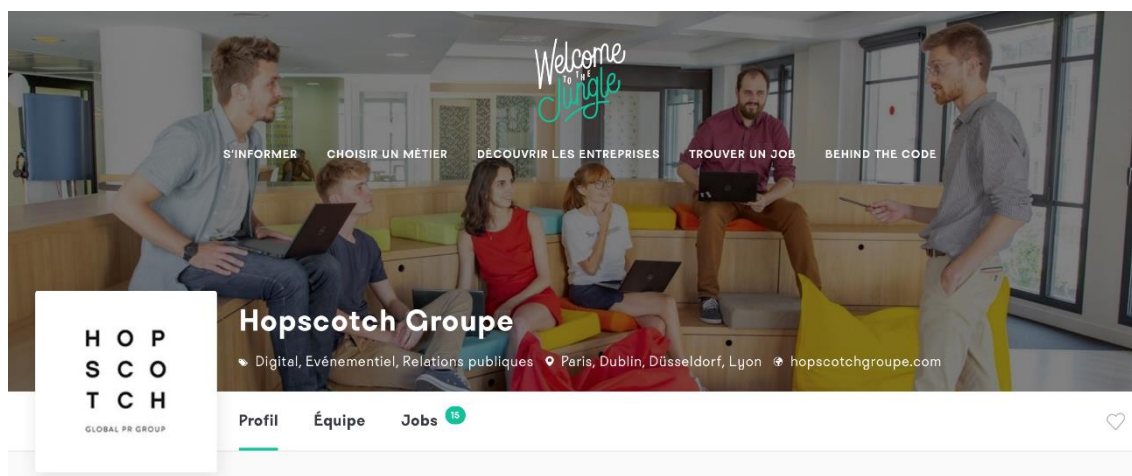
Depuis deux ans, le chantier de digitalisation participe de ces priorités. Les tickets restaurant mais aussi les bulletins de paie ont ainsi été dématérialisés, permettant aux équipes RH de se concentrer sur leur mission première d'accompagnement des talents.

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. Oddo, l'outil de gestion administratif, a été enrichi d'une modalité RH, permettant aux managers de renseigner l'arrivée et le départ des agents, et ainsi de mieux anticiper les intégrations.

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

## 2.2. Identifier les talents et accompagner les parcours

Le recrutement est un enjeu stratégique pour Hopscotch. La page LinkedIn du groupe regroupe désormais toutes les entités de Hopscotch, et 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 : le groupe Hopscotch est présent depuis 2019 sur le réseau « Welcome to the Jungle », média qui permet de valoriser les offres et l'univers de son entreprise.



En 2019, **132 personnes ont rejoint le groupe Hopscotch** (vs 190 en 2018).  
L'entreprise totalise ainsi **439 collaborateurs en 2019**.

L'attractivité de la marque employeur se déploie vers l'externe, mais aussi en interne.

Depuis avril 2019, la mobilité et la promotion des talents est encouragée avec l'intégration d'un « module recrutement » intégré au logiciel Talent Soft. L'idée ? La mise en commun dans une seule base de données de 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. De même, les CVs externes reçus par les managers sont partagés via l'outil : en 2019, ce sont près de 2 200 CVs qui ont été mutualisés dans cette base.

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

Hopscotch est attentif au recrutement, mais aussi à la fidélisation de ses talents.

Créé en 2019, le programme BOOSTER permet d'identifier et d'accompagner les collaborateurs performants et exemplaires qui souhaitent progresser au sein du Groupe, et renforcer leurs compétences. Sélectionnés au cours des entretiens individuels, 35 collaborateurs ont suivi des sessions de formation sur l'évolution du monde du travail et pour trouver leur propre mode d'apprentissage.

### 2.3. Développer les compétences 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 était inscrit dans l'agenda 2019.

Favoriser le développement des compétences apparaît en effet comme une priorité pour le groupe Hopscotch. L'année 2019 est venue renforcer la dynamique initiée dès 2016 en matière de formation au sein de la « Hopscotch Academy ».

**En 2019, ce sont 295 collaborateurs qui ont bénéficié d'au moins une action de formation.**

**Au total, 8 781 heures de formation ont été dispensées en 2019.**

C'est autour de 2 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.
- › Le parcours du « Manager augmenté » : deux nouvelles capsules sont venues enrichir le parcours initial entamé en 2017. Une capsule concernant « le courage managérial », et une capsule relative aux « Bons réflexes du manager ».

Des nouvelles formations ont été proposées en 2019 autour de deux nouvelles thématiques :

- › « La gestion de la relation client » : pendant ½ journée, les collaborateurs apprennent à gérer le temps et à prendre conscience de leurs ressources face aux situations stressantes.
- › « La sensibilisation aux comportements et propos inappropriés » : pendant ½ journée, les collaborateurs bénéficient d'un rappel des textes réglementaires, participent à des mises en situation, et échangent les outils pertinents.

La formation « sensibilisation » est menée à tous les niveaux de l'entreprise, les points et enseignements essentiels seront partagés en 2020 avec le board de Hopscotch Groupe.

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

### 2.4. Promouvoir la diversité 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 2019, le Groupe emploie 64% de femmes à des postes d'encadrement.

Le Groupe a poursuivi son action sur le champ du handicap en 2019.

Pendant la semaine des diversités en décembre 2019, la direction des ressources humaines a déployé le volet 2 de sa 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

Pendant plusieurs jours, les collaborateurs ont pu participer à des animations ludiques sur le thème du handicap et ainsi renforcer leurs connaissances du sujet.

Durant cette campagne, un Hop Case a été organisé sur le thème de la diversité. Sept prestataires issus de l'ESS ont présenté leurs activités aux chefs de projets événementiels, pour les sensibiliser aux possibles collaborations.

La campagne sera reconduite en novembre 2020 auprès de tous les collaborateurs.

En 2019, 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.

Au cours de l'année 2018, 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, le taux de travailleurs handicapés est de 0,46% (versus 0,25% en 2018).

## 2.5. Assurer la sécurité 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 2019, 10 collaborateurs ont été formés à des thématiques concernant la sécurité (évacuation guide-file et serre-file, SST, habilitation électrique, incendie et évacuation).

La sécurité des collaborateurs a été également renforcée pour leurs déplacements à l'étranger. En 2019, un « guide du voyageur » a été créé, rappelant aux équipes qui travaillent en dehors de nos frontières les règles de rapatriement et les réflexes à adopter.

## 2.6. Favoriser le dialogue interne

L'élection d'un nouveau CSE en novembre 2019 a montré une bonne participation. 12 titulaires et 11 suppléants ont été élus, soit 23 personnes au total.

## 2.7. Contribuer au bien-être des équipes

*« 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 :

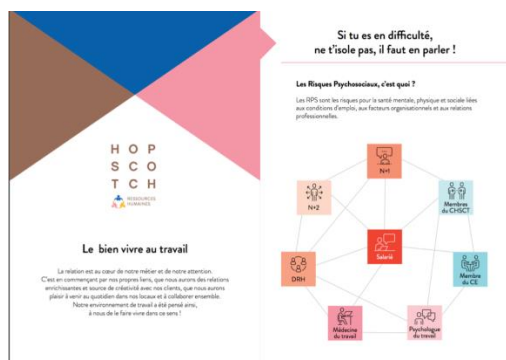
- › La prévention des risques psycho-sociaux
- › Les modes de communication interne
- › La conciliation vie professionnelle et vie personnelle
- › Le bien vivre ensemble dans la sphère professionnelle
- › Le respect de la diversité dans le milieu professionnel

En 2019, l'accord Qualité de Vie au Travail s'est enrichi à la suite d'une nouvelle négociation.

Les modalités de temps de travail ont été simplifiées : le temps partiel a été intégré pour les forfaits jour, ainsi que pour les seniors. Ainsi, 5 ans avant l'âge légal de départ à la retraite, les salariés peuvent travailler à temps partiel tout en maintenant leurs cotisations à taux plein.

L'accord « Bien-être » quant à lui connaît en 2019 de nouvelles modalités. Les femmes enceintes bénéficient d'un jour de plus de télétravail, sans demande médicale.

### Le livret « bien-vivre au travail »



### Le livret « Travail à distance »



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

À 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.

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.

Les sessions du Bocal se déroulent désormais sur 1 journée entière depuis avril 2019. Répartis par équipe, les nouveaux arrivants suivent un programme entre découverte des entités du groupe, jeux collectifs et rencontres avec les directeurs généraux de Hopscotch. À l'issue de la session, les nouveaux collaborateurs sont invités à expérimenter l'intelligence collective au sein d'un « Strike ».

Depuis 2019, les sessions du Bocal sont également organisées pour l'intégration des stagiaires, sur un format d'une matinée.

### En 2019, 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. Depuis septembre 2019, les Hopcase sont devenus hebdomadaires et ont permis la transmission interne d'informations et de connaissances concernant l'exercice des métiers.

### En 2019, environ 30 réunions Hopcase ont été organisées.

Le dialogue interne et la convivialité se sont fortement enrichis et structurés en 2019, avec la création de nouveaux moments d'échanges et de rencontres.

Les « Blind Lunch » permettent à des collaborateurs qui ne se connaissent pas de déjeuner ensemble, et ainsi de mieux connaître les autres fonctions et directions du Groupe. En 2019, près de 14 déjeuners ont été organisés, et 170 personnes se sont rencontrées.

Les Breakfast Club quant à eux favorisent la rencontre entre les membres du directoire d'Hopscotch et les collaborateurs de toutes les entités.

Enfin, les soirées Hopscotch, organisées en hiver et en été, participent de cet esprit convivial et chaleureux. En 2019, plus de 100 anciens collaborateurs du Groupe ont participé à la fête du mois de juillet, dans un esprit « Alumni ».



## 2.8. 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.

En 2019, Hopscotch encourage le travail collectif. Imaginer la communication de demain : tel est le projet de « All White », ouvrage collectif écrit par tous les collaborateurs de Hopscotch. Initié en 2019, le livre collaboratif devrait voir le jour en 2020.

### Innovation



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.

Au total en 2019, ce sont près de 25 STRIKE qui ont été menés pour le compte de clients externes.

## 2.9. FOCUS / Rendre les actions de communication accessibles à tous les publics

### 2.9.1. 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. À 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.

### 3

## # 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

- › Score ECOVADIS de l'item « Environnement » : **70 /100**
- › Score ECOVADIS de l'item « Achats responsables » : **60 / 100**

### 3.1. Eco-concevoir les événements 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 2019, Hopscotch poursuit son engagement et renforce ses dispositifs de gestion des déchets sur l'ensemble de ses opérations événementielles.

Après l'Usine Extraordinaire organisée en 2018, Hopscotch a mis en œuvre les mêmes règles pour l'événement de rentrée du MEDEF, « La Ref », organisé à l'hippodrome de Longchamps les 28 et 19 août 2019.

Le « Zéro déchet » était un objectif prioritaire de tous les cahiers des charges : location de stands modulaires, scénographie éco-conçue, plastique à usage unique proscrit. Par ailleurs, la moquette a été bannie de tous les espaces.



En termes de recyclage, ce sont près de 150 m2 de bâches et 140 Forex qui ont été redistribués à 2 associations.

Le bilan environnemental de l'événement est particulièrement positif :

- › Des déchets valorisés à 95%
- › Un gaspillage alimentaire limité à 10%
- › 70% de transports à faible empreinte
- › 35% de restauration responsable.
- › La compensation des émissions carbone dans des projets au Pérou, au Rwanda et au Malawi.

Hopscotch s'est également attaché à concevoir un événement responsable sur le plan social.



En 2019 et pour toutes les opérations événementielles, Hopscotch renforce ses engagements et son action concrète.

Tout au long de l'année, ce sont près de **13 opérations « Zéro déchet »** qui ont été produites, contre 4 en 2018.

**Le don alimentaire a été multiplié par 2, pour atteindre en 2019 près de 360 kg redistribué à 7 associations locales.**

**Le don du matériel quant à lui a été multiplié par 15 par rapport à l'année précédente, pour atteindre 527 m<sup>3</sup> kg, redistribué à 22 associations locales.**

### 3.2. Sensibiliser et former les parties-prenantes aux enjeux du développement durable et de la solidarité

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

En 2019, le groupe Hopscotch poursuit ses actions à destination de ses équipes internes, afin de faire évoluer ses offres et son accompagnement RSE.

Trois TEAM ont été créés en 2018 et poursuivent leurs activités en 2019 :

- › La TEAM DD : pour sensibiliser les collaborateurs aux éco-gestes
- › La TEAM solidaire et social
- › Et la TEAM communication.

Tous les groupes se sont réunis 1 fois par mois en 2019, et ont mené des actions de sensibilisation et de formation interne.

Réunissant des équipes pluridisciplinaires, les TEAM favorisent la transmission de valeurs et de savoir-faire au sein du Groupe.

L'action phare menée par les TEAM DD en 2019 : sensibiliser tous les collaborateurs du Groupe à l'usage excessif de sacs et emballages. Pendant la pause déjeuner, les sacs carton sont désormais ramenés par les collaborateurs et stockés pour un prochain usage. De fait, le transport de déchets est réduit, ce qui constitue un éco-geste utile quotidien.

Toutes les équipes de production opérationnelle et événementielle sont sensibilisées par le service Performance du Groupe au recyclage des déchets. Des fiches pratiques concernant la « déconstruction » sont diffusées à tous les chefs de projet pilotes d'événement, les informant de toutes les étapes à mener pour préparer le recyclage des déchets.

**H O P  
S C O  
T C H**

**Planifier la déconstruction d'un Evènement**

*Vous êtes en pleine production d'un évènement qui a lieu dans quelques semaines et vous voulez pouvoir dire « Et en plus l'évènement sera 0 déchet ! » ?  
Rien de compliqué, suivez bien toutes les étapes de cette checklist !*

1. J'informe TOUTE l'équipe du projet : le projet, la créa, la prod, les prestataires, les régisseurs, le lieu ET le client du souhait de ma démarche : récupération des matériaux et/ou des alimentaires
2. Je prends contact avec Phenix en leur fournissant ces informations générales et le tableau ci-dessous :
 

**CONTACT PHENIX :**

**Cécile BIDON**  
Responsable secteur événementiel  
45 avenue de Clugny, 75017 Paris  
cecib@phenixparis.com  
+33(0)1 75 30 17 08

**TOUS LES AIDUTER**  
BOGORGNA PASCAL en cas de litige avec Phenix  
mexuall@phenix.fr

- Présentation générale de l'opération,
  - le nom du client
  - le déroulé
  - le lieu
  - les dates de montage / exploitation / démontage,
  - les prestataires impliqués
  - les vues
  - la présentation de l'équipe avec les contacts clés (contact prod sur place ET contact tel des prestas déco/démonteurs qui seront sur place)
3. Lors de la prise de contact je monte un tableau par matériaux pour le futur devis Phenix en répertoriant tous les matériaux utilisés récupérables (ceux qui ne sont ni loués ni récupérés par le client ou les prestataires) selon cet exemple: (Niveau compte en fin de chantier)

CLIENT : NOM DE L'OPERATION									
N°1									
Niveau 1 et 2									
Niveau 3 et 4									
Niveau 5 et 6									
Niveau 7 et 8									
Niveau 9 et 10									
Matériau en déchet	Bois	Plastique	Verre	Acier	Aluminium	Caoutchouc	Textile	Autres	Remarque
Quantité									
Matériau en déchet	Bois	Plastique	Verre	Acier	Aluminium	Caoutchouc	Textile	Autres	Remarque
Quantité									

D'autres bonnes pratiques sont également transmises aux chefs de projet opérationnels. Le service Performance de Hopscotch a organisé une « matinée de l'éco-conception » à « La Réserve des Arts », une ressourcerie artistique qui stocke des matériaux de seconde main. L'objectif étant de sensibiliser les équipes projet à une autre façon de produire des décors ou de concevoir des scénographies.

Autre initiative menée en interne : la constitution d'une « **TEAM PLANET** », créée par Sagarmatha en 2017. Composée de 5 collaborateurs et d'un référent DG, elle a pour objectif de booster les actions suivantes :

- › 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 ».

Les prochains objectifs de la Team Planet :

- › Formaliser un processus de calcul et de compensation carbone
- › Développer les outils de pédagogie à destination des équipes notamment par le biais de fiches conseil mis à disposition de tous.
- › Avancer sur les différents engagements pris pour le Label Lucie, tels que la rédaction des DUER pour les Agences Sagarmatha de Lille et Lyon.

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

Suite à l'événement de l'Usine Extraordinaire, le service Performance d'Hopscotch, qui regroupe les fonctions d'achats et de RSE, a réuni le 24 janvier 2019 l'ensemble des prestataires de décoration et de technique, afin de bien capitaliser sur les bonnes pratiques qui ont été mises en œuvre. Une réflexion s'est amorcée sur la généralisation du don des matériaux et l'éco-conception des événements. Un an après, les mêmes acteurs se sont réunis en janvier 2020 pour partager leurs bilans et poursuivre leur engagement.

### 3.3. Maîtriser 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 2019, 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 coordonnateur 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 2019.

40 153 kg de déchets ont été collectés en 2019, contre 47 889 kg en 2018.

La consommation de papier et de carton a fortement diminué : 22 688 kg de déchets collectés en 2019, contre 31 865 kg en 2018.

*Cf. tableau annexe conso et recyclage.*

En termes de consommation énergétique du bâtiment, la tendance est à la baisse en 2019, par rapport à 2017 et 2018.



### 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 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.

## 3.4. FOCUS / Les 12 Greenflex Sagarmatha

### 3.4.1. 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.

Mis à jour tous les 3 ans, les Green Flex constituent un véritable guide pour l'éco-conception des projets et des événements. Les Green Flex couvrent l'organisation, la conception, la facilité d'accès des sites, l'existence de dispositifs de gestion de l'énergie, de l'eau, de tri sélectif, mobilier réutilisable ou recyclable, transport en commun, véhicules électriques, covoiturage...

## # 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.

#### 4.1. Animer un dialogue au sein de la filière

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 très tôt impliqué au sein de ses filières et syndicats professionnels sur la thématique RSE.

Dans cet esprit, Benoît Desveaux DG de Hopscotch, a fondé et animé divers collectifs ces dernières années : éco-événement de l'ANAE, Commission du développement durable de l'AACC, ou encore Commission du développement durable de Croissance Plus. Les travaux menés au sein de ces organismes ont notamment permis de créer des outils comme ADERE (Auto Diagnostic Environnement pour les Responsables d'Événements).

Depuis 2017, Isabelle Luoni, Directrice du service Performance du Groupe Hopscotch, 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 OUAï en février 2019.

En 2019, la directrice du pôle Event d'Hopscotch a participé à 9 réunions organisées dans la filière événementielle.

#### 4.2. Créer une offre pour connecter toutes les communautés

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 œuvre 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.

À 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.

À 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 2019, les différentes entités du Groupe ont accompagné de nombreux projets et clients sur ces thématiques.

#### **4.3. Accompagner les nouveaux usages numériques et la protection de la réputation**

La gestion de l'image est au cœur des activités de Hopscotch. En 2019, 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.

À 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 ...

#### **4.4. Accompagner les partenaires et les fournisseurs dans leur démarche de progrès**

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.

De manière générale, l'objectif poursuivi par le service Performance d'Hopscotch réside dans la montée en compétences de ses fournisseurs sur les questions RSE. Cette ambition se concrétise par l'insertion de clauses environnementales et sociales dans les contrats de matériaux. Un suivi et une évaluation sont également mis en œuvre avec tous les fournisseurs : des réunions pour partager les bonnes pratiques et co-construire un système plus responsable.



Chaque réunion avec les fournisseurs comporte un point RSE, pour lequel le service Performance d'Hopscotch exerce un accompagnement et un conseil.

#### 4.5. Soutenir des causes et des actions solidaires

Depuis sa création, le Groupe Hopscotch soutient différentes structures oeuvrant dans le domaine social ou la protection de l'environnement.

En 2019, près de 326 000 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 2019, Sagarmatha a mis en place un mécénat de compétences avec l'association REVES, pour l'organisation de leur 25<sup>ème</sup> anniversaire. Dans cet objectif, une équipe Sagarmatha transverse Lyon-Paris-Lille a été mise en place dès le mois d'octobre 2018.



Tout au long de l'année, le Groupe Hopscotch a soutenu un grand nombre d'actions de solidarité. Sa participation en mai 2019 à l'opération « Je marche pour les Apprentis d'Auteuil » a mobilisé plusieurs équipes du siège.

#### 4.6. Structurer des grands projets sociétaux

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

## **4.7. FOCUS / Le manifeste de l'Usine Extraordinaire**

### **4.7.1. 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.

### **4.7.2. 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.

### **4.7.3. 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.

### **4.7.4. 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.

### **4.7.5. 5. Au-delà du « produit fini »**

L'industrie comme lieu de réinvention des expériences et des usages. À 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.



**5.1. Éthique et lutte contre la corruption au sein du Groupe Hopscotch**

En 2019, la direction des ressources humaines du groupe Hopscotch a déployé 4 dispositifs, en conformité avec la Loi Sapin II.

- › Le comité éthique recueille et traite les alertes qui lui sont signalées. Il est composé d'un membre du directoire, de la directrice des ressources humaines, de la directrice juridique et de la directrice de la Performance Globale.
- › Le code de conduite : organisé autour de 6 thématiques
  - Dons à des organisations caritatives et/ou politiques
  - Cadeaux et invitations
  - Trafic d'influence
  - Corruption active et passive
  - Mécénat, sponsoring
  - Paiement de facilitation
- › La procédure d'alerte
- › La politique cadeaux : afin d'encadrer les pratiques et de réduire le risque de corruption ou trafic d'influence.

**5.2. 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.

**5.3. La lutte contre l'évasion 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.

**5.4. Le respect du bien-être 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.

## 5.5. La sécurité des données 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.

# 6

## # MÉTHODOLOGIE

### 6.1. 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 2019 au 31 décembre 2019.

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).

### 6.2. Définition du périmètre

- › 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 13 salariés sur 512,69 [effectif moyen mensuel] = 2,54% de l'effectif moyen mensuel)
- › des entités entrées ou sorties du Groupe au cours de l'année concernée par le reporting : aucune pour 2019.
- › SOPEXA, comprenant 228 collaborateurs dont 43 basés en France, est rentré dans le groupe Hopscotch au cours de l'exercice 2019. Les données n'ont pas été intégrées dans le présent rapport, elles le seront pour l'année 2020.
- › 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.

## 6.3. Organisation du reporting

### 6.3.1. 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.

### 6.3.2. 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 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	-

## 6.4. Estimations effectuées pour l'exercice 2019

Pour l'exercice 2019, les déchets Heaven n'ont pas été pris en compte.

## 6.5. Contrôles 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.

## 6.6. Définition 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 du Pôle Événement du Groupe aux réunions organisées dans la filière événementielle. ».

Le calcul de la quantité de déchets recyclés et de déchets industriels banals exclut pour l'année 2019 les déchets Heaven.

## **6.7. Précisions concernant la définition du Modèle d'affaires et du tableau des risques et opportunités**

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



# ANNEXES

## Indicateurs de performance extra-financières prioritaires

PÉRIMÈTRE		INDICATEURS PRIORITAIRES	2017	2018	2019
SOCIAL	Hopscotch Groupe	Effectif (CDI et CDD) au 31.12 et répartition par âge et genre	466	443	439
		Nombre d'embauches	186	190	132
		Nombre d'heures de formation	8 783	10 167	8 781
		Nombre de salarié formés	262	286	295
		Taux de femmes à des postes d'encadrement	NC	60%	64%
		Taux de travailleurs handicapés	0,25%	0,25%	0,46%
ENVIRONNEMENT	Le siège d'Hopscotch et sa filiale Heaven pour les consommations d'électricité	Consommation électrique totale kWh	474 179	477 702	429 267
		Consommation de chaleur urbaine MWh	271	191	188
		Consommation de froid urbain m3	NC	22 174	22094
		Consommation d'eau m3	2 676	2057	1962
	Le siège d'Hopscotch seul pour les consommations d'eau, de chaleur et froid urbain	Émission de CO2 liés aux consommations d'énergie Teq CO2	79,01	68	58
		Quantité totale de déchets recyclés Kg	32 431	28 762	17465
		Quantité totale de déchets industriels banals	34 827	31 865	22688
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	325 448
		Nombre de personnes qui ont participé à des mécénats de compétence		11	13
		Montant total du mécénat	228 124 euros	140 787 euros	205 043
		Nombre de réunions organisées auxquelles Hopscotch participe dans la filière événementielle	NC	14	8

## Consommation des fluides 2019

HOPSCOTCH GROUPE	TOTAL	Facteurs d'émissions 2019
Consommation eau (m3)	1962	
Consommation électrique (kWh)	429 267	0.0571 kgCO2e/kWh
Consommation de chaleur urbaine (MWh, via CPCU)	188 000	0.172 kgCO2e/kWh
Consommation de froid urbain (kWh, via Climespace)	177 000	0,007 kgCO2e/kWh

## **ANNEXE 4 -**

### **RAPPORT DE L'ORGANISME TIERS INDEPENDANT, SUR LES INFORMATIONS SOCIALES, ENVIRONNEMENTALES ET SOCIETALES CONSOLIDEES FIGURANT DANS LE RAPPORT DE GESTION**

**Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la déclaration consolidée de performance extra-financière**

**Exercice clos le 31 décembre 2019**

À l'assemblée générale,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société (ci-après « entité ») désigné organisme tiers indépendant (OTI), accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1049<sup>1</sup>, nous vous présentons notre rapport sur la déclaration consolidée de performance extra-financière relative à l'exercice clos le 31 décembre 2019 (ci-après la « Déclaration »), présentée dans le rapport de gestion du Groupe en application des dispositions des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

#### **RESPONSABILITE DE L'ENTITE**

Il appartient au Conseil d'administration d'établir une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance.

La Déclaration a été établie en appliquant les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel »), dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration et disponibles sur demande au siège de l'entité.

#### **INDEPENDANCE ET CONTROLE QUALITE**

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11-3 du code de commerce et le code de déontologie de la profession. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle.

#### **RESPONSABILITE DU COMMISSAIRE AUX COMPTES DESIGNÉ OTI**

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- › la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du code de commerce ;
- › la sincérité des informations fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225-105 du code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques, ci-après les « Informations ».

---

<sup>1</sup> Dont la portée d'accréditation est disponible sur le site [www.cofrac.fr](http://www.cofrac.fr)



Il ne nous appartient pas en revanche de nous prononcer sur le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables, notamment, en matière de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ni sur la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

#### NATURE ET ETENDUE DES TRAVAUX

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225-1 et suivants du code de commerce, à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention, et à la norme internationale ISAE 3000<sup>2</sup> :

- › Nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;
- › Nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- › Nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale ainsi que de respect des droits de l'homme et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ;
- › Nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques et comprend, le cas échéant, une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2<sup>ème</sup> alinéa du III de l'article L. 225-102-1 ;
- › Nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services, ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques ;
- › Nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
  - › apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus, au regard des principaux risques et politiques présentés ;
  - › corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes<sup>3</sup>. Nos travaux ont été menés au siège de l'entité consolidante.
- › Nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 avec les limites précisées dans la Déclaration ;
- › Nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;

---

<sup>2</sup> ISAE 3000 – Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information

<sup>3</sup> Mesures prises en matière d'écoconception des événements ; Démarche d'évaluation des partenaires et fournisseurs par le service des Achats de Hopscootch ; Mesures prises afin de sensibiliser les équipes sur la sécurité des événements ; Elaboration d'un dispositif d'alerte en matière de lutte contre la corruption ; Application des principes de protection des données personnelles.

- » Pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants<sup>4</sup>, nous avons mis en œuvre :
  - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
  - des tests de détail sur la base de sondages, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés au siège de l'entité et couvrent 100% des données consolidées sélectionnées pour ces tests ;
- » Nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation.

Nous estimons que les travaux que nous avons menés en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

### MOYENS ET RESSOURCES

Nos travaux ont mobilisé les compétences de quatre personnes et se sont déroulés entre février et avril 2020 sur une durée totale d'intervention d'environ deux semaines.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Nous avons mené une dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration.

### CONCLUSION

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration consolidée de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

### COMMENTAIRE

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus et conformément aux dispositions de l'article A. 225-3 du code de commerce, nous formulons le commentaire suivant :

Comme indiqué en note méthodologique, le périmètre de reporting des indicateurs « Quantité totale de déchets industriels banals » et « Quantité totale de déchets recyclés Kg » couvre 88% des effectifs consolidés.

Paris-La Défense, le 7 mai 2020

KPMG S.A.

Anne Garans  
Associée  
Sustainability Services

Eric Lefebvre  
Associé

<sup>4</sup> Effectif total au 31 décembre et répartition par âge et genre ; Nombre d'embauches ; Nombre d'heures de formation ; Nombre de salariés formés ; Montant total des dons et mécénat ; Nombre de personnes ayant participé à du mécénat de compétences ; Montant total du mécénat ; Nombre de réunions organisées auxquelles Hopscotch participe dans la filière événementielle ; Taux de femmes à des postes d'encadrement ; Taux de travailleurs handicapés ; Consommation d'électricité ; Consommation de chaleur urbaine ; Consommation de froid urbain ; Emissions de CO2 liées aux consommations d'énergie ; Consommation d'eau ; Quantité totale de déchets Industriels banals ; Quantité totale de déchets recyclés.