

Sopexa devient Hopscotch Season.

[Lien vers la vidéo manifesto.](#)

Sopexa intègre à 100% le groupe de communication Hopscotch et change de nom pour devenir Hopscotch Season.

Un mois après son acquisition totale par Hopscotch, Sopexa, agence de conseil en communication, change de nom pour devenir Hopscotch Season. Ce changement s'inscrit dans une dynamique de développement et donne ainsi naissance à une marque leader dans la communication Food & Beverage réunissant près de 300 experts en EMEA, en Amérique et en Asie. Ce développement va également permettre à Hopscotch Season d'étendre ses activités de conseil pour promouvoir l'Art de Vivre partout dans le monde en s'appuyant sur les expertises sectorielles du groupe.

Cette intégration à 100% de Sopexa dans Hopscotch marque la dernière étape d'une histoire commencée en 2016 avec la première prise de participation du groupe dans Sopexa. Le rapprochement s'est encore renforcé en 2019 avant d'arriver aujourd'hui à une totale intégration et à un nouveau nom : **Hopscotch Season**.

Des synergies évidentes.

Hopscotch Season et le groupe Hopscotch ont de nombreuses forces conjointes sur lesquelles s'appuyer. Les agences du groupe apportent à Hopscotch Season leurs différentes expertises (événementielles, digitales, RP & Affaires Publiques) tandis que Hopscotch Season amène ses expertises Trade et d'animation de coalitions d'acteurs d'une filière à l'international, ainsi que ses 30 agences dans le monde et les 150 000 leaders d'opinion membres de son réseau.

« Ce rapprochement définitif permet à Hopscotch Season de profiter des diverses expertises du groupe, qu'elles soient événementielles digitales ou encore RP tandis que Hopscotch Season nous fait bénéficier de sa fine connaissance des marchés et des habitudes de consommation locales » explique **Valérie Bonnement**, Directrice Générale Adjointe de Hopscotch.

Hopscotch Season dispose de plus d'une équipe Business Intelligence qui produit des études sur les modes de consommation dans le monde entier, ce qui vient nourrir les équipes de l'ensemble du groupe. On peut par exemple citer le Wine Trade Monitor, enquête qui décrypte les tendances du marché du vin à l'international.

De nombreuses réussites ont été partagées par Hopscotch Season et Hopscotch depuis 2016.

C'est notamment le cas du Sommet de la FIL (Fédération Internationale du Lait), organisé par Hopscotch Season en collaboration avec d'autres agences du groupe.

On peut aussi citer le récent gain de la filière de l'ameublement, remporté grâce au travail collaboratif de Hopscotch Season & Hopscotch Event.

« Nous sommes très heureux de cette intégration à 100% qui consolide notre réseau global et, en densifiant la marque Hopscotch partout dans le monde, nous permet d'accélérer notre internationalisation pour y accompagner nos clients » précise **Pierre-Franck Moley**, Président de Hopscotch Season & Directeur Général de Hopscotch.

Un nouveau nom et un ADN en pleine mutation.

La saisonnalité donne vie à toutes formes végétales, conditionne notre façon de voyager et influence notre habitat et mode de vie. Season évoque également les saveurs, ce qui assaisonne nos vies et nos projets. Plus créatifs, plus innovants, plus ambitieux que jamais, Hopscotch Season continue d'œuvrer pour créer de l'engagement et fédérer des communautés en conscience des enjeux environnementaux et sociaux.

Grâce à des collaborateurs présents dans 30 agences sur tous les continents, Hopscotch Season s'attache à la compréhension des publics et des spécificités culturelles pour créer des messages qui résonnent en chacun, qui créent de l'émotion et qui sont impactants.

Plus d'Art de Vivre

Ce développement majeur permet à Hopscotch Season, forte de 60 ans d'expertise sur le Food&Beverage, d'étendre ses activités de conseil en communication à d'autres univers, pour promouvoir l'Art de Vivre partout dans le monde, en accompagnant toutes ses marques et partenaires dans le développement de leur image et identité.

Hopscotch Season est aujourd'hui ravie d'ouvrir une nouvelle page de son histoire au sein d'un grand groupe pionnier de l'évènementiel et des relations publics