



Communiqué de presse
Paris, le 11 septembre 2026

HOPSCOTCH ACCOMPAGNE PLENITUDE DANS L'ACTIVATION GLOBALE DE SON PARTENARIAT DE NAMING DE LA PLENITUDE ARENA ET DE SES PRINCIPAUX DISPOSITIFS ÉVÉNEMENTIELS ET DE MARQUE.

Une ambition : faire du nouveau naming de la plus grande Arena indoor d'Europe une véritable plateforme d'expérience, d'engagement et de visibilité pour Plenitude

Depuis le 1er juillet 2026, Paris La Défense Arena est officiellement devenue **Plenitude Arena**, à la suite du partenariat stratégique conclu entre Plenitude et la plus grande scène indoor européenne du live. D'une durée minimale de sept ans, ce partenariat marque une nouvelle étape pour les deux acteurs, avec une ambition commune : imaginer une Arena plus innovante, plus efficace dans la gestion de son énergie et tournée vers l'avenir.

Pour donner vie à cette nouvelle identité et faire du naming un véritable territoire d'expression pour la marque, Plenitude a choisi HOPSCOTCH à l'issue d'un appel d'offres. L'agence assurera pendant trois ans un accompagnement global articulé autour de trois périmètres : l'activation du partenariat de naming de la Plenitude Arena, l'accompagnement événementiel de Plenitude en France et la gestion de ses produits de marque, d'impression et leur logistique.

Une mission qui mobilise les expertises complémentaires de HOPSCOTCH et qui vise à accompagner Plenitude dans la conception et le déploiement de ses expériences de marque, de ses événements et de ses dispositifs de production et de distribution, auprès de l'ensemble de ses publics.

Du naming à l'expérience de marque

Avec ce partenariat, Plenitude ne change pas seulement le nom d'un lieu emblématique : la marque installe dans la durée son identité au cœur de l'un des plus puissants territoires de visibilité et d'expérience du live en Europe.



L'enjeu pour HOPSCOTCH sera ainsi de faire vivre le naming au-delà de la visibilité, en imaginant et en déployant une activation globale capable de créer de la préférence de marque, de générer de l'engagement et de rendre concrètes les ambitions de Plenitude auprès des publics de l'Arena.

Cette activation de la marque Plenitude s'articulera autour de **quatre grands territoires d'intervention** :

- **Leurs hospitalités**, avec la conception du parcours et la gestion des invitations, le suivi des invités et le servicing, afin de proposer aux clients et partenaires de Plenitude une expérience à la hauteur de l'enjeu du naming ;
- **Leurs espaces Grand Public**, avec leur conception, leur déploiement et leur gestion, pour créer des points de rencontre et d'expérience entre Plenitude et les visiteurs de l'Arena ;
- **Leurs activations Grand Public**, pensées pour faire vivre la marque au cœur des événements et créer des interactions mémorables avec les spectateurs ;
- **Leurs événements internes liés à la salle**, afin de permettre à Plenitude de faire également vivre ce partenariat auprès de ses collaborateurs et de ses différentes parties prenantes.

Un dispositif qui permettra d'activer le partenariat **avant, pendant et après les événements**, en s'adressant aussi bien aux spectateurs et fans qu'aux clients, partenaires, collaborateurs et invités de Plenitude.

Une activation au croisement du live et des enjeux énergétiques

Le choix de la Plenitude Arena constitue un terrain d'expression particulièrement cohérent pour Plenitude. Le partenariat repose en effet sur des engagements concrets autour de l'énergie et de la mobilité : fourniture par Plenitude à l'Arena d'électricité certifiée par des garanties d'origine provenant de sources renouvelables françaises, projet d'installation d'un hub de recharge pour véhicules électriques et d'accompagnement de l'Arena dans l'optimisation de ses performances énergétiques.

HOPSCOTCH aura donc pour ambition de **rendre ces engagements visibles et désirables**, en les intégrant pleinement à l'expérience proposée aux publics plutôt qu'en les traitant comme de simples messages institutionnels.

« Un naming n'a de valeur que s'il devient une expérience. Avec la Plenitude Arena, nous avons un territoire exceptionnel pour faire vivre la marque dans le réel, au plus près des publics et des émotions. Notre mission sera de transformer ce partenariat en une véritable



plateforme d'activation pour Plenitude, en travaillant aussi bien l'expérience des invités et des clients que celle du grand public et des collaborateurs. C'est précisément la force d'un projet de groupe comme celui-ci : réunir nos expertises pour donner vie à une ambition de marque dans la durée. »

Jean-François Royer, CEO d'HOPSCOTCH SPORT

Une nouvelle génération de partenariats de naming

Avec plus de 90 événements programmés pour la saison 2026-2027 et plus de 2,5 millions de spectateurs attendus, la Plenitude Arena constitue aujourd'hui une plateforme de visibilité exceptionnelle pour une marque souhaitant s'inscrire dans l'univers du divertissement, du sport et de la culture.

Pour Plenitude, l'enjeu est stratégique : le groupe entend renforcer durablement sa présence et sa notoriété sur le marché français. Le naming doit ainsi permettre d'installer la marque dans le quotidien des Français et de faire émerger une association forte entre **Plenitude, énergie, innovation et expérience.**

Un projet collectif porté par les expertises HOPSCOTCH

La conception et le déploiement de l'activation mobiliseront plusieurs expertises de HOPSCOTCH afin de construire une stratégie intégrée autour du partenariat.

HOPSCOTCH, apportera son expertise 360, grâce à ses différentes agences et expertises en intervenant sur les dimensions créatives, événementielles, social media et influence.

Cette approche collective permettra de construire une architecture cohérente autour de la **Plenitude Arena**, tout en accompagnant Plenitude sur ses événements corporate et sur l'ensemble de la chaîne de gestion de ses produits de marque. Une attention particulière sera portée à **l'expérience des publics, à la qualité des parcours et à la capacité du dispositif à générer de l'engagement.**

« La Plenitude Arena offre un terrain de jeu absolument unique. C'est un lieu qui rassemble chaque année des millions de personnes autour d'expériences extrêmement fortes. Pour une marque comme Plenitude, c'est une opportunité rare de sortir des codes traditionnels



de la communication énergétique et de créer une relation plus émotionnelle, plus concrète et plus culturelle avec les publics. »

Loic Cuesta, Directeur Général Adjoint, HOPSCOTCH Event

L'ambition est claire : faire du naming un véritable territoire de marque. La puissance d'un lieu iconique devient un accélérateur d'expérience où chaque événement constitue une nouvelle occasion de créer du lien entre Plenitude et ses publics. Tout en bénéficiant d'un accompagnement global sur ses enjeux événementiels, ses produits de marque et leur logistique.

--

Contact Presse

Olivier Duval

E : oduval@hopscotch.one

T : +33764423906



À propos de Plenitude

Plenitude, société contrôlée par Eni, opère dans plus de 15 pays dans le monde avec un modèle d'affaires qui inclut 6 GW de génération d'électricité renouvelable, la vente d'électricité, de gaz naturel et de solutions énergétiques à environ 11 millions de clients, ainsi qu'un réseau de 23 000 points de recharge pour véhicules électriques.

En France, Plenitude à travers sa filiale française Eni Plenitude France est le quatrième fournisseur d'électricité et de gaz d'énergie-sur le marché résidentiel¹.

Plenitude est également présente en France, à travers les sociétés Eni Plenitude Renewables et Plenitude Production France SAS et leurs filiales, qui développent et exploitent des centrales de production d'électricité renouvelables (parcs solaires et parcs éoliens). Elle dispose d'environ 900 MW de capacité renouvelable installée.

<https://corporate.eniplenitude.com/fr>

À propos de la Plenitude Arena

Depuis le 1er juillet 2026, Paris La Défense Arena est devenue la **Plenitude Arena**, à la suite d'un partenariat de naming d'une durée minimale de sept ans. Inaugurée en 2017, l'Arena est la plus grande salle indoor d'Europe et peut accueillir jusqu'à 45 000 spectateurs. Elle accueille chaque année des événements sportifs, concerts, spectacles et événements professionnels de premier plan.

À propos de HOPSCOTCH

HOPSCOTCH est un groupe de communication international fondé en France, porté par une vision entrepreneuriale et par la complémentarité de ses talents et de ses expertises.

HOPSCOTCH, c'est une combinaison unique de métiers et la conviction que la valeur d'une entreprise ou organisation réside dans la qualité de son **capital relationnel**.

Avec plus de 1200 collaborateurs dont la moitié à l'international (40 bureaux répartis sur 5 continents), HOPSCOTCH couvre l'ensemble des métiers de la communication : influence,

¹ [Rapport de la CRE sur le fonctionnement des marchés de détail français de l'électricité et du gaz naturel entre 2023 et 2024, page 5 – octobre 2025.](#)



événementiel, relations presse, activations, digital, communication interne, affaires publiques ou encore marketing services.

HOPSCOTCH structure ses agences autour de ses métiers :

Événements: Hopscotch Event, Hopscotch Congrès, Hopscotch Moments, Sagarmatha

Relations Publics : Hopscotch PR, Le Public Système PR, Human to Human, Hopscotch Décideurs

Digital et Marketing : heaven, AD Crew, Hopscotch Digital Studio

Média : Hopscotch Media

Expertises sectorielles : Hopscotch Cinéma, Hopscotch Luxe, Hopscotch Season, Hopscotch Sport, Hopscotch Tourism

HOPSCOTCH est engagé depuis plus de 15 ans dans des initiatives écologiques et sociétales ambitieuses, validées par des labels RSE reconnus à l'international. (RSE Agence Actives, ISO 20121, ou encore la médaille Gold EcoVadis).

En 2026, HOPSCOTCH a été nommée « European Agency of the Year » par PRovoke Media.

Coté sur Euronext Growth Paris (Code ISIN : ALHOP FR 00000 6527 8), le groupe représente un volume d'affaires de 270,8 millions € et 98,8 millions € de marge brute en 2025.

Pour nous suivre : www.hopscotchgroupe.com et sur LinkedIn / X / Instagram / Bluesky @HOPSCOTCHgroupe