

# Rapport sur le développement durable 2022

HubSpot



# Table des matières

- 1 Introduction
- 2 À propos de ce rapport
- 3 À propos de HubSpot
- 4 Chiffres clés
- 5 Investir dans la lutte contre le changement climatique
  - Réduire les émissions
  - Gérer les installations et les événements dans le monde entier
  - Encourager les comportements respectueux de l'environnement

- 6 Favoriser l'équité au sein de HubSpot et de sa communauté
  - Développer et maintenir des espaces de travail diversifiés et inclusifs
  - Promouvoir le bien-être et le développement des salariés dans un monde hybride
  - Investir dans l'éducation et l'entrepreneuriat

- 7 Mettre en œuvre des pratiques de bonne gouvernance
  - Conseil d'administration de HubSpot
  - Éthique et conformité
  - Préserver la confiance des clients et les fidéliser avec une expérience de qualité

- 8 Index des données



# Introduction

## Depuis ses débuts, HubSpot s'attache à construire une entreprise dont les générations futures pourront être fières.

Pour y parvenir, la société veut développer des espaces où il fait bon travailler, favoriser la diversité, l'inclusion et l'appartenance, contribuer à la protection environnementale, soutenir le développement de communautés dynamiques, et s'assurer qu'elle applique de hauts niveaux de gouvernance.

En septembre 2021, HubSpot a publié son rapport inaugural sur le développement durable, qui retraçait les engagements de l'entreprise envers ses objectifs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) depuis sa fondation en 2006. À l'instar du Code culture, qui dit qu'aucun produit n'est jamais terminé, la voie du développement durable est un processus continu. HubSpot continue sa croissance et son évolution, tout en s'engageant à avoir un impact positif sur le monde qui l'entoure. L'entreprise est heureuse de partager son Rapport sur le développement durable 2022, qui met en lumière les efforts réalisés pour investir dans la lutte contre le changement climatique, favoriser l'équité au sein de l'entreprise et de ses communautés, et mettre en œuvre les pratiques de bonne gouvernance.

Tout comme 2020, l'année 2021 a présenté des défis inédits. Face à une pandémie à l'évolution rapide, le monde entier a subi une transformation numérique accélérée, un marché

de l'emploi tendu, l'injustice raciale et l'impact continu du changement climatique. HubSpot a répondu à tous ces changements avec empathie et flexibilité afin de soutenir au mieux ses clients, ses salariés et ses communautés.

Au cours de l'année passée, la société a compris que les changements durables à long terme exigent à la fois concentration et mise en œuvre sans faille. Elle a ainsi recruté un Directeur de l'ESG, chargé de mener les efforts environnementaux, sociaux et de gouvernance au sein de l'entreprise, et souhaite rassembler toutes ses initiatives de durabilité sous une même identité : Purpose@HubSpot.

HubSpot a défini des objectifs ambitieux pour 2022 et au-delà, et sait que la durabilité ne peut être que le fruit d'un travail d'équipe. L'entreprise remercie ses salariés, qui soutiennent les initiatives ESG, ses candidats et ses clients, qui posent des questions et partagent leur avis afin de l'aider à s'améliorer, et les membres de son conseil d'administration, qui s'efforcent à chaque instant de construire un futur plus durable.

Elle remercie également les personnes qui liront ce rapport afin d'en apprendre plus sur la voie prise. N'hésitez pas à partager votre feedback, vos questions et vos suggestions : [sustainability@hubspot.com](mailto:sustainability@hubspot.com).



# À propos de ce rapport

**Ce rapport a été rédigé en respectant les valeurs de HubSpot, à savoir l'humilité, l'empathie, la flexibilité, l'excellence et la transparence, mais aussi plusieurs normes du secteur, détaillées ci-dessous.**

Le Rapport sur le développement durable 2022 est le deuxième rapport annuel de HubSpot à ce sujet. Il retrace les progrès réalisés et met en valeur certains des objectifs liés aux piliers environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG). Ce rapport :

- Couvre les opérations internationales de l'entreprise (sauf exception mentionnée) pour l'année fiscale qui s'est terminée le 31 décembre 2021, ainsi que quelques étapes clés du premier semestre 2022.
- Aligne les progrès réalisés dans le cadre des normes du secteur d'activité et définit des objectifs adéquats.
- Permet à l'entreprise d'identifier, de mesurer et de gérer les leviers d'optimisation de la croissance et de réaliser des progrès plus importants sur le long terme.

Le Directeur de l'ESG travaille avec différentes équipes de HubSpot pour mener la stratégie et les initiatives environnementales, sociales et de gouvernance de l'entreprise. Des équipes internes sont également chargées de la culture, de la diversité, de l'inclusivité et de l'appartenance au sein de l'entreprise. En outre, HubSpot continue

d'investir dans les systèmes, les outils et les ressources humaines nécessaires pour soutenir un programme ESG solide. En lien avec l'équipe de direction, les initiatives et les efforts effectués en matière d'ESG à l'échelle de l'entreprise sont évalués au moins deux fois par an par les membres du Comité Nomination et ESG du Conseil d'administration (le « Conseil »), qui sont responsables de ces objectifs majeurs.

Avant la publication de son rapport inaugural, HubSpot a effectué une étude de matérialité afin d'identifier les sujets les plus importants pour son activité, ses parties prenantes et sa croissance en matière de développement durable. Les domaines de l'énergie et des émissions, de la diversité, de l'inclusion et de l'appartenance, ainsi que de la confidentialité et de la protection des données ont été identifiés. HubSpot prévoit de réitérer cette évaluation tous les trois ans. D'ici là, la société communiquera régulièrement avec ses parties prenantes externes et ses salariés, par le biais d'échanges, de réunions et d'enquêtes de feedback trimestrielles, afin de s'assurer que sa compréhension des sujets importants demeure juste. Pour en savoir plus sur l'étude de matérialité, veuillez vous référer à l'index des données présent à la fin de ce rapport.

Ce rapport respecte les recommandations en

matière de logiciels et de services informatiques de la commission SASB (Sustainability Accounting Standards Board), et fait référence aux Objectifs de développement durable des Nations unies, aux normes GRI (Global Reporting Initiative) et aux recommandations du groupe de travail TCFD (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures) de la commission Financial Stability Board. HubSpot est également fier d'être membre du Pacte mondial des Nations unies, et s'engage à mettre en œuvre les dix principes relatifs aux droits humains, aux normes internationales du travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption dans sa culture, sa stratégie commerciale et ses opérations.

Les directrices, les directeurs et les principales parties prenantes de HubSpot ont été impliqués dans l'analyse et la validation des informations contenues dans ce rapport. Ce rapport n'a pas été vérifié par une tierce partie, mais HubSpot envisage de faire appel à des vérificateurs externes pour ses futurs rapports.



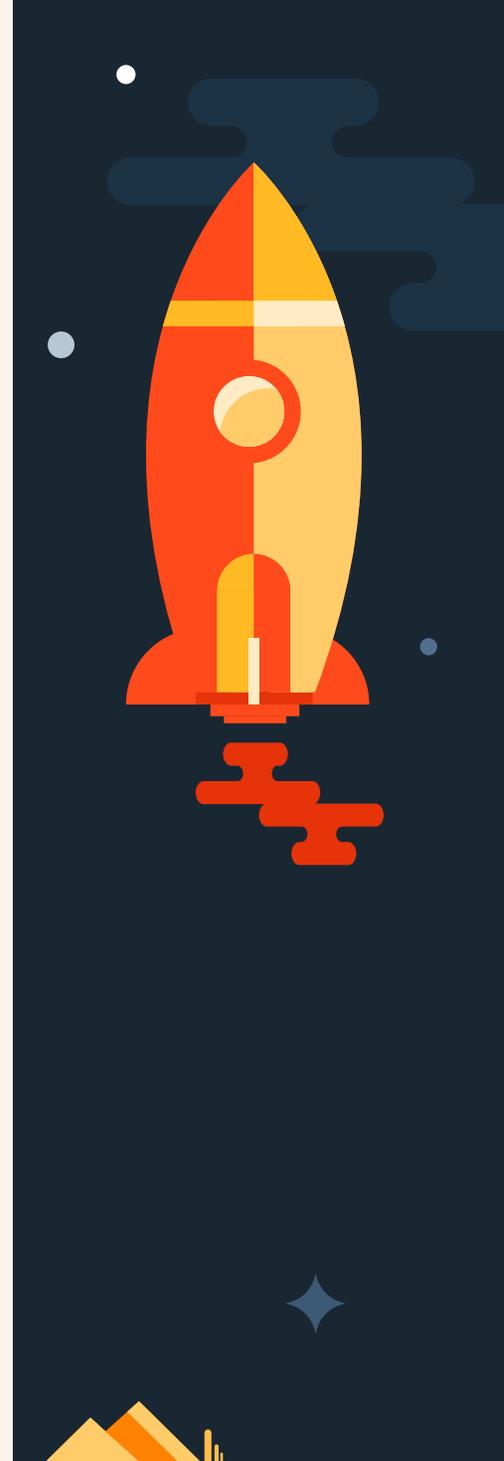
## Remarque au sujet des annonces de ce rapport

Ce rapport inclut des annonces quant aux futures orientations de HubSpot telles que définies par la loi Private Securities Litigation Reform Act de 1995, y compris relativement aux objectifs, aux engagements et aux stratégies ESG de HubSpot, ainsi qu'à leur impact sur l'entreprise et ses parties prenantes. Cela inclut notamment les projets mentionnés sous les titres « Objectifs ». Ces annonces comprennent, sans s'y limiter, des projets, des objectifs, des attentes, des intentions et d'autres affirmations, qui ne constituent pas des faits ni des déclarations historiques, et qui sont identifiés par des termes tels que « compte », « anticipe », « a l'intention de », « prévoit », « croit », « s'attache à », « estime », et d'autres expressions à la signification similaire. Elles sont le reflet de l'opinion actuelle de HubSpot quant à ses projets, ses intentions, ses attentes, ses stratégies et ses perspectives, sur la base des informations actuellement connues de l'entreprise et des hypothèses formulées par cette dernière. Bien que HubSpot estime que ses projets, ses intentions, ses attentes, ses stratégies et ses perspectives, tels que décrits ou suggérés dans les annonces susmentionnées, sont raisonnables, l'entreprise n'est en mesure de fournir aucune garantie quant à leur réalisation. De plus, les résultats réels peuvent s'avérer matériellement différents des résultats décrits dans le rapport en vertu d'un ensemble de risques et de facteurs ne relevant pas du contrôle de HubSpot, y compris des risques décrits plus précisément dans les dossiers déposés auprès

de la SEC américaine, notamment son Rapport annuel sur le formulaire 10-K pour l'année qui s'est achevée le 31 décembre 2021, et son Rapport trimestriel sur le formulaire 10-Q pour le trimestre qui s'est achevé le 31 mars 2022. HubSpot ne prend aucun engagement s'agissant de mettre à jour les annonces incluses dans ce document en conséquence de la survenue de nouvelles informations, d'événements futurs ou d'autres circonstances.

Ce rapport inclut plusieurs indicateurs opérationnels que HubSpot utilise pour évaluer son activité, mesurer ses performances, identifier les tendances, formuler des projets commerciaux et prendre des décisions stratégiques. Vous pouvez consulter les dossiers déposés par l'entreprise auprès de la SEC américaine, y compris son Rapport annuel sur le formulaire 10-K pour l'année qui s'est achevée le 31 décembre 2021, et son Rapport trimestriel sur le formulaire 10-Q pour le trimestre qui s'est achevé le 31 mars 2022, pour en savoir plus sur la définition et le calcul des indicateurs opérationnels.

Ce rapport utilise certaines marques déposées et marques de services, à titre de référence uniquement. Ces marques déposées et marques de services sont et demeurent la propriété de leurs détenteurs respectifs.



# À propos de HubSpot\*

HubSpot (NYSE : HUBS) est une plateforme de gestion de la relation client (CRM) comptant parmi les leaders du marché, qui fournit les produits et l'accompagnement nécessaires pour aider les entreprises à accélérer leur croissance. La plateforme inclut des outils gratuits ainsi que des logiciels payants de marketing, de vente, de service client, de gestion de site web et d'opérations, qui s'adaptent aux besoins des entreprises au fil de leur croissance.

Deuxième du classement Glassdoor des meilleures entreprises pour la qualité de vie au travail en 2022, HubSpot a également été récompensé pour sa culture par les sociétés Great Place to Work, Comparably, Fortune, ou encore Entrepreneur, Inc.



Les revenus internationaux ont représenté plus de **46 %** du chiffre d'affaires total de HubSpot



Les salariés de HubSpot travaillent dans le monde entier, dans les **13 bureaux** de l'entreprise et à distance



HubSpot veut construire une entreprise dont les générations futures pourront être fières. Pour cela, nous devons nous développer de manière durable et investir dans nos équipes et nos communautés, et en ayant conscience du monde qui nous entoure. L'année dernière, nombre de progrès ont été réalisés dans plusieurs domaines clés en matière d'ESG à HubSpot. Nous avons réduit nos émissions de gaz à effet de serre et investi dans l'énergie renouvelable, nous avons augmenté la représentation des salariés issus de communautés noires, autochtones et de couleur pour atteindre 37 %, nous avons lancé de nouvelles initiatives de rétention, et nous avons soutenu nos clients, nos partenaires et nos communautés dans un monde incertain. Je suis fière des progrès réalisés à ce jour, mais nous pouvons avoir un impact encore plus important. Je suis donc très heureuse des investissements que nous effectuons dans le programme Purpose@HubSpot en 2022.



**Yamini Rangan**  
PDG de HubSpot

\*Les chiffres ci-dessus représentent les données au 31 décembre 2021.

Création en  
**2006**



Plus de  
**5 890**

salariés dans le monde entier



**1,3 milliard \$**

de chiffre d'affaires



Plus de  
**135 000**

clients dans plus de 120 pays

# Chiffres clés

**Entreprise dirigée par une femme de couleur**



Nommée n°2 des entreprises où il fait bon travailler en 2022 par le site web Glassdoor

**2020**

54,2 %

45,7 %

Hommes

Femmes

0,1 %  
Personnes non binaires

**2021**

52,9 %

46,9 %

0,2 %

\*Les données sur la non binarité et le genre reflètent uniquement les réponses des personnes ayant choisi de s'identifier elles-mêmes dans le cadre de l'enquête.

**Plus de 50 %**

des cadres sont des femmes

**2 580**

nouveaux salariés intégrés à distance en 2021

La représentation des salariés issus de communautés noires, autochtones et de couleur

**a augmenté pour atteindre 37 %**

au cours de l'année passée

**100 %**

d'énergie renouvelable dans tous les sites HubSpot.

**Plus de 8 millions \$**

versés à des communautés dans le monde entier.

**Plus de 454 000**

professionnels formés et certifiés grâce à HubSpot Academy, le centre de formation en ligne gratuit pour les professionnels de l'inbound marketing, de la vente et du service client.

# Investir dans la lutte contre le changement climatique

Si nous voulons construire une entreprise pour les générations futures, nous devons comprendre et assumer notre rôle dans le changement climatique. Nous travaillons dur pour évaluer nos émissions de gaz à effet de serre, nos pratiques commerciales et nos opérations. Nous avons réalisé de beaux progrès, mais nous devons être encore plus ambitieux afin d'avoir un impact durable. Pour cela, nous devons étudier toutes les façons dont nous pouvons contribuer de manière notable à la durabilité.



## Whitney Sorenson

Directeur de la technologie à HubSpot

## Réduire les émissions

HubSpot est une entreprise mondiale qui compte plus de 5 890 salariés et a 13 bureaux. Pour continuer sa croissance dans le respect de sa stratégie environnementale, il lui est essentiel de gérer et de diminuer ses émissions de gaz à effet de serre. La protection de la planète et le bien-être de ses salariés vont de pair. C'est pour cette raison que l'entreprise développe un plan d'action pour s'engager envers des objectifs basés sur des données scientifiques et parvenir à zéro émission nette.



## PROGRÈS RÉALISÉS

- HubSpot est parvenu à la neutralité carbone pour les émissions de scope 1 et 2 grâce à des tarifs d'énergie verte et des certificats EAC (documents officiels de la consommation d'énergie renouvelable).
- La société se prépare à définir des objectifs de réduction des émissions basés sur des données scientifiques, mais continue à compenser les aspects de ses émissions de niveau scope 3. Cette année, elle a compensé 4 500 tonnes d'émissions pour couvrir les transports et le télétravail de ses salariés en 2021 en achetant et en investissant dans les projets d'énergie renouvelable et écologiques ci-dessous.
  - **Projet forestier de Doe Mountain** : ce projet agit en faveur du climat grâce à la séquestration du carbone, protège l'habitat de 40 espèces de plantes et d'animaux en danger et apporte des avantages économiques aux propriétaires terriens privés et à la communauté locale. Ces derniers peuvent obtenir des revenus en participant à la protection de cette parcelle importante.
  - **Projet de réduction des émissions de Prairie Winds** : en générant 300 000 MWh d'énergie propre par an, Prairie Winds soutient la transition vers une économie sans carbone et a créé des emplois.
  - **Projet de ferme éolienne de Dempsey Ridge** : ce projet fournit suffisamment d'énergie propre pour alimenter 46 000 foyers, a créé des emplois temporaires et à long terme, et a généré plus de 20 millions en recettes fiscales pour le comté.
- HubSpot a également acheté des certificats EAC à l'origine garantie qui couvrent l'Union européenne pour 1 300 MWh au-delà de son utilisation des émissions énergétiques dans la région dans le cadre de sa contribution au soutien d'une économie faible en carbone.

## OBJECTIFS

- Définir des objectifs de réduction des émissions basés sur des données scientifiques afin de limiter le réchauffement climatique à moins de 1,5 °C au-dessus des relevés effectués avant l'ère industrielle, et notamment :
  - Signer la lettre d'engagement en 2022 afin d'indiquer que l'entreprise prévoit de définir un objectif basé sur des données scientifiques et aligné avec les critères de l'initiative SPTi (Science Based Targets), un partenariat entre le CDP, le Pacte mondial des Nations unies, le World Resources Institute (WRI) et le Fonds Mondial pour la Nature (WWF), qui encourage des actions ambitieuses pour le climat dans le secteur privé en permettant aux organisations de définir des objectifs de réduction des émissions basés sur des données scientifiques.
  - Faire parvenir son objectif à l'initiative SPTi à des fins de validation, et publier les objectifs approuvés dans les 2 ans suivant la signature de la lettre.
- Développer une stratégie pour atteindre le zéro émission nette.
- Favoriser l'engagement et la collaboration des fournisseurs au travers d'un code de conduite dédié.

# Émissions de gaz à effet de serre durant l'année fiscale 2021

Des données détaillées sur l'énergie et les émissions sont disponibles ici.



CATÉGORIE D'ACTIVITÉ	ÉMISSIONS DE CO2 EN TONNES
● Bureaux	1 536
● Transport des salariés	396
● Chaîne d'approvisionnement	52 106
● Télétravail	3 922
● Autre	533
<b>Total</b>	<b>58 493</b>

**Bureaux** : inclut l'électricité (et donc l'achat de certificats EAC), l'utilisation de gaz naturel et les fuites estimées de réfrigérants.

**Transport des salariés** : inclut les déplacements professionnels et les émissions estimées des trajets depuis et vers les bureaux. Le transport des salariés a été affecté de manière importante en 2021 par la pandémie de COVID-19, et les valeurs indiquées ne représentent pas une année normale pour les émissions liées au transport des salariés.

**Chaîne d'approvisionnement** : inclut les émissions liées à la chaîne d'approvisionnement des biens et des services achetés par HubSpot. Cela comprend la chaîne d'approvisionnement des produits numériques ainsi que les biens et des services achetés pour les opérations de l'entreprise. Les émissions sont estimées, pour la plupart, sur la base des données d'utilisation, à l'exception des émissions de type scope 2 de son principal prestataire en matière de services cloud, communiquées par le prestataire lui-même. Durant l'année fiscale en cours, HubSpot calcule également les émissions des dépenses capitalisées et indiquera une valeur scope 3 pour les biens capitaux dans son prochain rapport.

**Télétravail** : estimation des émissions liées à l'utilisation de gaz naturel et d'électricité dans les foyers des salariés en télétravail en 2021. Les émissions ont été calculées à l'aide de la méthode basée sur le lieu du scope 2.

**Autre** : inclut les déchets liés aux opérations (39 Mt CO2e) et les activités en amont liées aux carburants et à l'énergie (FERA) (494 Mt CO2e).

CATÉGORIE D'ÉMISSIONS	ÉMISSIONS DE CO2 EN TONNES
Scope 1	0
Scope 2 : électricité (sur la base du marché)	0
Scope 2 : électricité (sur la base du lieu)	2 285
Scope 2 : chauffage acheté	1 287
Scope 2 : réfrigérants achetés	249
<b>Total des scopes 1 et 2 (sur la base du marché)</b>	<b>1 536</b>
<b>Total des scopes 1 et 2 (sur la base du lieu)</b>	<b>3 824</b>
<b>Émissions scope 3 en amont</b>	
Biens et services achetés	52 106
Activités liées aux carburants et à l'énergie	494
Déchets générés au cours des opérations	39
Déplacements professionnels	274
Trajets des salariés	122
Télétravail	3 922
<b>Total des émissions scope 3 calculées</b>	<b>56 957</b>
<b>Total des scopes 1, 2 (marché) et 3</b>	<b>58 493</b>

**Scope 1** : HubSpot louant tous ses bureaux, la société n'est pas responsable de la propriété ou de l'entretien des équipements de chauffage, de ventilation et de climatisation, et n'a donc aucun contrôle opérationnel sur ces derniers. Conformément au guide Scope 2 du GHG Protocol (2015), elle indique les émissions du chauffage (gaz naturel) et de la climatisation (réfrigérants) achetés dans son rapport Scope 2. HubSpot ne possède pas de véhicule, que ce soit en son nom ou dans le cadre d'un leasing.

**Scope 2 - Électricité (marché)** : HubSpot affiche un niveau d'émissions nul, puisque la société a acheté des crédits d'énergie renouvelable pour couvrir l'intégralité de sa consommation d'électricité en 2021. Elle définit le réseau de la région ASEAN comme un seul marché.

**Scope 2 - Électricité (lieu)** : ce calcul tient compte de l'intensité carbone moyenne du réseau dans les régions dans laquelle la société opère.

## HubSpot soutient les recommandations de la TCFD (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures)

HubSpot continuera à faire évoluer ses futurs rapports afin qu'ils respectent les recommandations de la TCFD. Pour ce rapport, voici un résumé du travail effectué dans les quatre catégories thématiques de la TCFD :

**Gouvernance** : le Comité Nomination et ESG de HubSpot est responsable de l'évaluation, de l'adoption et du suivi des initiatives et des efforts ESG. Ce processus est effectué au moins deux fois par an.

**Stratégie** : HubSpot a adopté une stratégie ESG avancée, et développe donc un plan d'action détaillé concernant le changement climatique. Dans ce cadre, il est essentiel de définir des objectifs basés sur des données scientifiques et de valider une date d'échéance. Plusieurs initiatives seront ensuite déployées au sein de l'entreprise afin de remplir ces objectifs.

**Gestion des risques** : HubSpot fait actuellement évoluer son programme de gestion des risques afin qu'il soit flexible, durable et aligné avec son plan stratégique, et afin qu'il puisse soutenir à la fois la confiance des clients et la prise de décisions éclairées. L'entreprise prévoit d'identifier, d'évaluer et de gérer les risques à son échelle, y compris les risques liés au climat. Son programme de gestion des risques prévoit une analyse environnementale permanente pour les principaux risques encourus par l'entreprise et son secteur d'activité, des exercices récurrents de réévaluation des risques, la mise en œuvre tactique de plans de réponse aux risques et un suivi continu de l'efficacité du contrôle et de la mitigation.

**Indicateurs et objectifs** : les objectifs sont définis pour les émissions de gaz à effet de serre des scopes 1, 2 et 3, conformément aux directives de l'initiative SBTi. Les indicateurs tiennent compte du GHG Protocol.

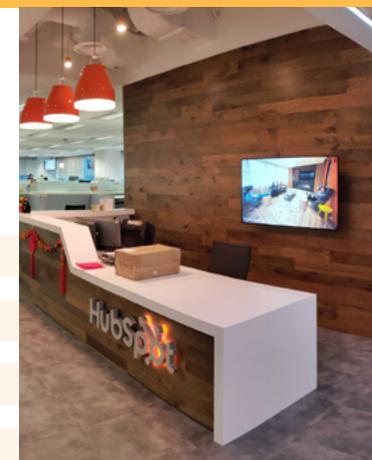
## Gérer les installations et les événements dans le monde entier

HubSpot loue plus de 65 000 m<sup>2</sup> de bureaux dans 11 pays. L'entreprise s'engage à concevoir et à entretenir ses locaux d'une manière qui réduit la consommation et le gaspillage d'électricité, tout en soutenant ses équipes ayant adopté un mode de travail hybride. Elle s'efforce d'obtenir des certifications Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) pour ses bureaux, d'améliorer son système d'éclairage, de mettre en place des programmes de gestion de l'espace, et de recourir autant que possible à des ressources locales.

En tant qu'**entreprise hybride**, HubSpot doit fournir une expérience équitable à toutes les personnes, que celles-ci assistent à la conférence HubTalk d'un expert, à une réunion plénière de l'entreprise ou à la conférence INBOUND annuelle, et ce quel que soit l'endroit d'où elles se connectent. L'entreprise propose ainsi des tableaux blancs virtuels et des outils de visioconférence. Elle teste également des technologies de caméras inclusives, de nouvelles dispositions des salles de conférence et des systèmes audio bien pensés, afin que technologie et design s'allient pour permettre des réunions équitables.

### PROGRÈS RÉALISÉS

- Mise en œuvre d'activités durables sur site, y compris :
  - **25 First Street à Cambridge, aux États-Unis** : don de mobilier, mur végétalisé, gestion centralisée des déchets, capteurs de présence, biens et matériels achetés localement
  - **Mapletree Anson à Singapour** : mur en bois recyclé et consolidation des commandes pour réduire la fréquence des livraisons



## OBJECTIFS

- Étudier le développement d'initiatives supplémentaires dans les bureaux du monde entier, y compris :
  - Système de gestion de l'environnement dans l'entreprise entière
  - Normes d'évaluation des risques climatiques lors du choix de locaux
- Conformité des événements à la norme ISO 20121:2012, notamment au regard des aspects ci-dessous. HubSpot souhaite évaluer ses efforts en 2022, et progresser afin d'effectuer une nouvelle évaluation et d'obtenir sa certification en 2023.
  - Offrir la possibilité de participer en ligne à la conférence INBOUND aux personnes qui souhaitent supprimer leurs déplacements professionnels.
  - Organiser la conférence INBOUND à 1,5 km au maximum de plus de 50 % des hôtels sélectionnés.
  - Continuer à louer le Boston Convention & Exhibition Center (BCEC), qui a reçu une certification LEED Silver par le U.S. Green Building Council.
  - Sélectionner autant que possible des traiteurs proposant des plats végétariens et locavores.
  - Concevoir des applications scéniques durables qui peuvent être stockées et utilisées pendant plusieurs années.



## Créer un environnement de travail durable à HubSpot House

HubSpot est fier que le bâtiment HubSpot House, à Dublin, conserve sa certification Platinum conforme à la version 4 du LEED en Irlande.

Cette certification est due aux actions entreprises en matière de conception durable, ainsi qu'aux activités relatives notamment à la réduction des émissions et de la consommation d'eau, à l'énergie et aux matériaux afin d'avoir un impact positif sur l'environnement et de contribuer au bien-être des salariés.

- L'entreprise collecte plus 60 000 litres d'eau de pluie chaque trimestre. Cette eau de pluie est stockée sous le parking, puis redistribuée dans les toilettes du bâtiment. Différents filtres et systèmes de purification par UV permettent d'éliminer les agents pathogènes potentiellement dangereux qui pourraient contaminer le circuit d'eau du bâtiment via le système de collecte.
- Tous les ans, les panneaux solaires installés sur le toit de HubSpot House produisent 16 000 kWh grâce aux rayonnements solaires. L'entreprise génère ainsi une quantité considérable d'électricité verte même lorsqu'il pleut à Dublin. Le toit abrite aussi des plantes qui purifient l'air et créent un climat plus frais et plus agréable.

# Encourager les comportements respectueux de l'environnement

Les salariés de HubSpot se passionnent pour l'environnement. Le groupe de ressources Eco@HubSpot rassemble ainsi ceux qui veulent améliorer la vie sur Terre, un changement comportemental à la fois.

## PROGRÈS RÉALISÉS

- Présentation de plusieurs ressources pédagogiques pour aider les salariés à faire des choix respectueux de l'environnement, par exemple en les incitant à acheter des vêtements d'occasion ou à transformer les leurs pour éviter tout nouvel achat, en partageant des conseils pour des déménagements écologiques et en les incitant à réduire leur consommation d'énergie durant leurs vacances.
- Durant le défi Juillet sans plastique, les salariés ont économisé 373 bouteilles d'eau, 572 sacs en plastique et 369 boîtes de repas à emporter en optant pour des alternatives réutilisables et facilement biodégradables.



Pour célébrer le Jour de la Terre 2022, les salariés de HubSpot se sont rassemblés afin de promouvoir la lutte contre le changement climatique.

# 1 306

actions respectueuses de l'environnement effectuées dans le cadre d'un défi Slack, comme acheter des aliments locaux, débrancher des appareils électriques et réduire les déchets

Plus de

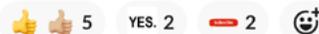
# 9 000 \$

collectés pour le [Global Greengrants Fund](#)



**Alonah Gill** 11:04 AM

@here Would anyone happen to have a list of some eco-friendly influencers that you follow on social media? I am cleaning up my account and want my feed to be full of individuals/groups who share the same environmental interests as myself. 😊



**Teresa Wolf (she/her)** 11:52 AM

Hi Everyone! In getting ready for my next apartment move, I made a blog post to share my ideas and start a discussion on environmentally-friendly tips for moving! I hope you enjoy reading it. If you have additional eco-friendly moving hacks, I would love to know your ideas 🍀



**Juan David Naranjo Botero** 12:57 PM

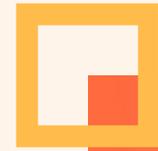
Happy monday ecospotters! I Did a wardrobe clean up three months ago when I moved to my new apartment; yet on saturday, I went with some friends and one NGO to the streets to do some plogging for the world clean up day! (We recollected around 5kg in only 3km 🙌)

I believe that we need more of these disruptive activities in the cities. From my experience I have seen that people who participate in plogging experiment a significant positive change in their mindsets and heartsets, as well as the citizens, that start questioning about their bad habits and decisions, that have a great repercussion in their environment.



Publications de membres de Eco@HubSpot sur le canal Slack.

# Favoriser l'équité au sein de HubSpot et de sa communauté



Pour favoriser l'inclusion et l'appartenance, HubSpot doit s'efforcer d'atteindre l'équité dans toutes ses activités. Nous créons l'équité quand nos salariés ont un sentiment d'appartenance à une communauté, quand nos systèmes et nos pratiques sont justes et impartiaux, quand nous garantissons des opportunités et des accès égaux qui répondent aux besoins de développement de chacun, et quand nous donnons, nous aussi, à notre communauté.



**Celeste Narganes**

Directrice chargée de la diversité, de l'inclusion et de l'appartenance à HubSpot

## HubSpot est fier d'être nommé :



2<sup>e</sup>

des entreprises où il fait bon travailler par le site web Glassdoor



4<sup>e</sup>

des entreprises pour la culture globale par le site web Comparably



4<sup>e</sup>

des entreprises pour l'avancée des femmes par le site web Comparably



31<sup>e</sup>

des 100 entreprises où il fait bon travailler par Great Place to Work®

## Les groupes de ressources pour les salariés de HubSpot

(gérés par des responsables de programme à temps plein et soutenus par les Conseils d'administration, de direction et régionaux) :

- [Women@HubSpot](#)
- [People of Color at HubSpot](#)
- [BLACKhub](#)
- [LGBTQ+ Alliance](#)
- [Families@HubSpot](#)

Ainsi qu'une variété de groupes fondés sur des centres d'intérêt communs, qui se concentrent notamment sur l'élimination des discriminations en matière d'âge, sur des questions liées aux handicaps et à l'accessibilité, ou encore sur les vétérans.

# Développer et maintenir des espaces de travail diversifiés et inclusifs

Une équipe vraiment remarquable est indispensable pour aider des millions d'entreprises à réussir leur croissance. HubSpot adopte une approche réfléchie pour attirer et retenir ses salariés, afin que chacun prospère et génère des résultats. La culture de l'entreprise s'appuie sur ce que les salariés attendent aujourd'hui de leurs employeurs : autonomie, flexibilité, transparence et engagement envers la diversité.

La diversité, l'inclusion et l'appartenance sont essentielles à la mission de HubSpot. L'entreprise publie chaque année des données sur la diversité de ses salariés dans son [Rapport sur la diversité, l'inclusion et l'appartenance](#), qui aborde avec transparence ses priorités et les aspects qu'elle peut encore améliorer pour générer des changements durables. Elle est fière des progrès réalisés à ce jour, mais pour développer et conserver des équipes diversifiées, elle doit augmenter la diversité tout en favorisant l'équité dans les systèmes, les ressources et l'accès aux opportunités.

En 2022, l'entreprise mettra en place un nouveau cadre global pour aligner ses priorités au sein de ses départements, de ses équipes et de ses bureaux à travers le monde. **Favoriser** l'équité implique plusieurs choses :

**C**ultiver le sentiment de communauté grâce aux groupes de ressources pour les salariés et aux programmes internes.

**R**efléter la diversité du monde grâce à des pratiques de recrutement inclusives et à des partenariats externes.

**I**ntégrer l'inclusion par le biais de ressources, d'outils et de responsabilités.

**A**ugmenter l'impact des initiatives grâce aux relations et aux investissements réalisés dans la communauté.

**T**ravailler tous ensemble pour augmenter le nombre de salariés issus de groupes jusque-là sous-représentés.

## PROGRÈS RÉALISÉS\*

- Yamini Rangan est devenue PDG en septembre 2021, ce qui fait de HubSpot une entreprise dirigée par une femme de couleur.
- La proportion de femmes et de personnes non binaires a augmenté pour atteindre 47,1 %, ce qui rapproche HubSpot d'une parité globale.
- HubSpot a investi dans la diversité au sein de ses équipes de direction, qui comptent quatre dirigeantes et plus de 50 % de femmes cadres.
- L'entreprise a travaillé en partenariat avec [Path Forward](#) pour recruter des salariés à temps plein, et les a soutenus avec des ressources et des mentors grâce au [programme Returners](#).



**La culture est un produit que l'entreprise développe pour ses salariés et ses communautés.**

Consulté plus de 6 millions de fois, le Code culture de HubSpot définit les valeurs principales de l'entreprise, notamment la transparence, l'autonomie, la flexibilité et l'empathie.



- Elle a également travaillé en partenariat avec [Disability:IN](#) pour améliorer la prise de conscience autour des candidats et des salariés avec des handicaps, leur permettre de travailler et les soutenir.
- HubSpot a développé son empreinte hybride globale dans l'Ontario, au Canada, et au Royaume-Uni pour accéder à des talents sur de nouveaux marchés et mieux répondre aux besoins de ses clients et de ses partenaires.
- Plus de 2 000 salariés de HubSpot ont effectué la formation Antiracisme en 2021.
- L'entreprise a requalifié le groupe de ressources Black@INBOUND en communauté permanente qui permet aux professionnels issus de la communauté noire d'entrer en contact et d'être reconnus grâce à des mentors, des événements de réseautage et des ressources.
- Les directrices ont bénéficié d'une formation au leadership exécutif grâce au programme LeadHER.

\*Veuillez consulter l'[index des données](#) pour voir la répartition détaillée des données sur la diversité.

## OBJECTIFS

- Améliorer la fidélisation des talents issus de communautés noires, autochtones et de couleur en s'attachant à développer un environnement de travail inclusif à toutes les étapes du cycle de vie des salariés, afin que chaque personne ait un vrai sentiment d'appartenance.
- Effectuer des progrès en matière de diversité générationnelle en s'appuyant sur des partenariats de recrutement et des pratiques de recrutement inclusives.



## Statistiques des salariés qui ont choisi de s'identifier eux-mêmes durant l'enquête réalisée en 2022\* :

**27 %**

Parents

**13,3 %**

Membres de la communauté LGBTQ+

**9,8 %**

Personnes avec des handicaps

**1,5 %**

Personnes non binaires

**1,2 %**

Vétérans

**1 %**

Personnes transgenres

**44,9 %\*\***

Personnes américaines de première génération

\*Les données sur la non binarité et le genre reflètent uniquement les réponses des personnes ayant choisi de s'identifier elles-mêmes dans le cadre de l'enquête. Les données sur la neutralité de genre mentionnées plus haut dans ce rapport reflètent les données de l'Equal Employment Opportunity Commission des États-Unis.

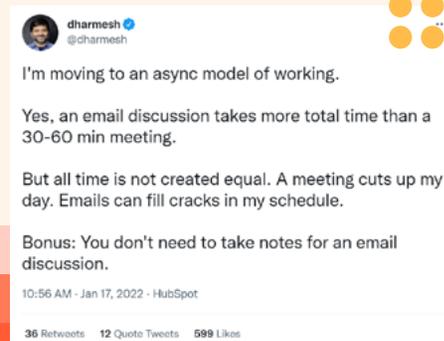
\*\*Ces données reflètent uniquement les salariés des États-Unis.

# Promouvoir le bien-être et le développement des salariés dans un monde hybride

HubSpot pense que le travail n'est pas un endroit où on se rend, mais quelque chose que l'on fait. Dès le début de la pandémie de Covid 19, l'entreprise a choisi de faire preuve d'encore plus de flexibilité et d'adopter un **mode de travail hybride**, en permettant aux salariés d'effectuer un choix annuel entre trois possibilités : le télétravail, le bureau ou un mélange des deux. En 2021, 2 580 nouveaux salariés ont été intégrés à distance et aujourd'hui, 88 % des salariés de HubSpot sont en télétravail à temps plein ou alternent entre bureau et télétravail. Cela témoigne de la culture inclusive développée par l'entreprise, et de l'importance donnée à la croissance et au développement, alors que les modes de travail hybrides se normalisent.

HubSpot a donné la priorité à la santé et à la sécurité de ses salariés durant la pandémie de Covid 19 et continuera à procéder ainsi, en s'assurant que tout le monde peut travailler à distance, et en investissant dans des programmes de bien-être auxquels les salariés peuvent participer à tout moment, où qu'ils se trouvent. La politique vaccinale aux États-Unis exige de tous les employés qui travaillent au bureau, qui alternent entre bureau et télétravail, ou qui prévoient de se rendre en personne dans un bureau aient un schéma vaccinal complet. L'entreprise suit de près l'évolution des directives et fait preuve de transparence, en partageant des informations claires sur les fermetures de bureaux et les modifications de ses propres politiques, lorsque cela est possible.

Quand les bureaux ont progressivement rouvert, il a été important qu'elle s'attache à favoriser une expérience équitable pour tous ses salariés, et ce quelles que soient leurs préférences en matière de lieu de travail. En 2021, plusieurs nouveaux programmes et initiatives ont été mis en œuvre en s'appuyant sur la base du feedback collecté via une enquête en ligne sur le taux de recommandation net, qui est effectuée chaque trimestre auprès des salariés afin d'évaluer et de comprendre leur expérience au travail.



## PROGRÈS RÉALISÉS

- L'**Initiative 5R** a été mise en œuvre dans l'entreprise entière afin d'aider les salariés à lutter contre l'épuisement et à donner la priorité à leur bien-être mental.
- Dans le cadre du programme en collaboration avec Modern Health :

**53 %**

des salariés de HubSpot ont échangé en tête-à-tête avec un coach ou un thérapeute

**67 %**

des salariés de HubSpot font de la méditation

- Plusieurs programmes consacrés à la rétention et au développement de la carrière des salariés issus de communautés noires, autochtones et de couleur ont été lancés :
  - **The Uplift Initiative**, un programme d'entretiens de rétention piloté avec les responsables d'équipe issus des communautés noires, autochtones et de couleur, suivi par les femmes travaillant dans la vente en dehors d'Amérique du Nord
  - **RISE**, le programme de mentoring mondial de HubSpot pour les salariés de couleur
  - **The Charted Path**, un programme structuré de mentoring et de coaching professionnel destiné aux salariés issus de la communauté noire
- Mise en place d'une politique de mobilité temporaire afin que les salariés puissent travailler à distance dans un pays où ils peuvent légalement travailler pendant un maximum de 90 jours.

- Pour aider les responsables d'équipe à relever les défis qu'ils rencontrent dans un monde hybride et pour soutenir les équipes hybrides hautement performantes, HubSpot a mis en œuvre :
  - **Un programme de mise à niveau des responsables d'équipe** consacré aux meilleures pratiques en matière d'inclusion, de gestion du temps et de prise de décision à échelle
  - **Une série mensuelle sur le travail hybride** sur des sujets tels que la sécurité psychologique, la communication asynchrone et les préjugés en matière de travail à distance
- HubSpot a conçu plusieurs espaces et installations pour favoriser le bien-être et les échanges au sein de ses bureaux dans le monde entier :
  - 26 salles pour les mères allaitantes qui reprennent le travail après leur congé maternité
  - 11 salles bien-être permettant de méditer et de réduire le stress et l'anxiété
  - 6 salles pour le fitness et de loisirs, dont des espaces de jeu et des salles de sport

## OBJECTIFS

- Les équipes chargées des installations et de la collaboration effectuent des tests dans les bureaux hybrides de Cambridge et Dublin, notamment avec des tableaux blancs numériques, des caméras et des équipements de visioconférence dernier cri, et des espaces ouverts qui favorisent les interactions sociales.
- En 2022, HubSpot a lancé dans l'entreprise entière un outil interne et des ressources associées afin que les salariés puissent comprendre les bonus auxquels ils peuvent prétendre, et afin que l'entreprise fasse preuve de transparence au regard de son approche en matière de salaires et de compensation. Afin de favoriser l'équité, l'entreprise s'appuiera sur cette transparence interne pour partager en externe sa stratégie salariale avec le plus de clarté possible.
- Au fil de sa croissance, elle souhaite développer encore davantage ses normes en matière de bien-être et de sécurité au travail en se basant sur les meilleures pratiques à travers le monde et dans son secteur d'activité.

## Nourrir les relations grâce à MixHub



Un an après le début de la pandémie, les nouveaux salariés indiquaient avoir plus de mal à rencontrer de nouvelles personnes en télétravail. Ce défi était fréquent dans toutes les équipes.

L'équipe Culture a testé différentes options pour essayer de le résoudre, avec des programmes de mise en relation, l'application Shuffl et des espaces de pause virtuels. Bien que ces options aient leurs avantages, HubSpot cherchait une solution qui aiderait ses salariés à entrer en relation de manière automatisée et flexible à différents postes et dans différentes régions.

Suite à l'idée d'une personne de l'équipe d'ingénierie, le programme MixHub a été lancé. Cette application Slack conçue par HubSpot rassemble de manière aléatoire deux ou plusieurs personnes à la cadence qu'elles-mêmes choisissent afin qu'elles puissent échanger. MixHub vise à remplacer les pauses autour d'une machine à café, et de permettre aux salariés de se présenter en toute simplicité. À ce jour, plus de 50 canaux Slack utilisent MixHub et plus de 4 000 rencontres ont été proposées. Les salariés ont pu échanger avec de nouvelles personnes, ont partagé des recommandations de restaurants et ont même rencontré les animaux domestiques de leurs collègues.

# Investir dans l'éducation et l'entrepreneuriat

HubSpot veut soutenir l'action des organisations à but non lucratif qui s'engagent à favoriser l'éducation et l'entrepreneuriat au sein des communautés locales. L'entreprise augmente ainsi son impact sur le monde qui l'entoure grâce aux missions de volontariat de ses salariés, en proposant l'accès à son logiciel et à son écosystème de ressources, et en apportant un soutien financier avec les collectes de dons des salariés et ses propres dons. Le programme d'impact sur la communauté HubSpot Helps soutient neuf organisations autour du monde, dont [BUILD Boston](#), [A Playful City](#) et [Halogen](#).

Le programme [HubSpot for Nonprofits](#) soutient les organisations qui font une différence en proposant une remise de 40 % sur son logiciel et l'accès à ses services. Grâce au [Programme Partenaires pour le secteur de l'éducation](#), les logiciels primés de HubSpot et les certifications HubSpot Academy aident des millions d'étudiants à mieux apprendre et les préparent pour un futur dans un monde qui sera de plus en plus technologique.

Dans le cadre de son [plan d'action Black Lives Matter](#), HubSpot s'engage à éliminer les inégalités raciales de revenus et à soutenir la prochaine génération de chefs d'entreprise issus de la communauté noire en investissant dans des partenariats et des organisations qui peuvent apporter des changements réels pour les communautés noires.

## PROGRÈS RÉALISÉS

- Collecte de 300 000 \$ pour les organisations à but non lucratif partenaires dans le monde entier et contribution de 104 249 \$ grâce au temps de volontariat des salariés en 2021.\*
- Chaque trimestre, les salariés peuvent attribuer un prix Reconnaissance de ses pairs à l'un ou l'une de leurs collègues afin de reconnaître sa contribution. Début 2022, HubSpot a modifié son approche des bonus accordés par les pairs. Les salariés ont eu la possibilité de donner leur bonus à trois organisations caritatives différentes qui soutiennent et fournissent une aide humanitaire pour la guerre en Ukraine. Ainsi, 3 500 salariés ont choisi de donner leur bonus, ce qui a permis d'effectuer un don de 353 500 \$ pour soutenir les efforts humanitaires en Ukraine. En 2022, à l'occasion de la Journée internationale des droits des femmes, HubSpot a également effectué un don de 15 000 \$ pour soutenir les femmes et les enfants en Ukraine.
- En 2021, le World Certification Day est devenu un événement d'[une semaine entière](#) afin d'encourager chaque participant à apprendre, à échanger avec les autres et à se consacrer à son développement professionnel en obtenant des certifications HubSpot Academy. Pour chaque certification obtenue, HubSpot a fait des dons à des organisations à but non lucratif et a pu collecter un total de 35 000 \$ pour soutenir l'accès à l'éducation.

1 305

institutions dans le monde entier enseignent les méthodologies de HubSpot

Plus de

454 000

professionnels ont été formés et certifiés via HubSpot Academy.

\* La valeur des heures de volontariat des salariés est calculée sur la base du salaire médian global, à l'exception du salaire des cadres.

- Un investissement de 7,5 millions \$, soit le solde des 20 millions \$ engagés dans l'impact social, a été réalisé pour soutenir deux banques gérées par des personnes issues de minorités (la Harbor Bank of Maryland et la M&F Bank en Caroline du Nord), via une classe d'actions Empower de J.P. Morgan Asset Management.
- HubSpot a poursuivi son partenariat de cinq ans avec l'université Howard, actuellement dans sa deuxième année, qui vise à financer la création d'un Centre pour l'économie numérique.

## OBJECTIFS

- Faire évoluer le programme HubSpot Helps afin de mettre encore plus en valeur le volontariat basé sur les compétences et l'expertise professionnelle principale de HubSpot. L'objectif est de permettre à chaque salarié de consacrer une journée de travail par an au volontariat et d'envoyer des dons à l'organisation à but non lucratif de son choix par le biais de la paye, grâce à une plateforme technologique dédiée qui facilite la mise en œuvre du programme.
- Continuer à établir des relations durables avec la M&F Bank et la Harbor Bank of Maryland aux États-Unis afin de soutenir leur croissance, de leur fournir une assistance et de développer leur base de clients.

## Soutenir les opportunités économiques pour les entreprises appartenant à des personnes issues de la communauté noire, à leurs familles et à leurs communautés

Le nombre de banques dirigées par des personnes issues de la communauté noire aux États-Unis ne cesse de diminuer : il était de 48 en 2001, et de 20 en 2020. En raison de cette baisse, les communautés noires ont un accès limité aux banques et à leurs services, ce qui augmente les inégalités de revenus et de financements raciales existantes.

En 2021, HubSpot a investi 7,5 millions \$ pour soutenir deux banques gérées par des personnes issues de minorités (la Harbor Bank of Maryland et la M&F Bank en Caroline du Nord), afin que les communautés noires auxquelles elles s'adressent puissent avoir un futur durable. Cet investissement a été effectué via une classe d'actions Empower de J.P. Morgan Asset Management, une nouvelle catégorie du marché monétaire institutionnel créée en février 2021 pour être distribuée exclusivement par les institutions financières dirigées par des minorités et des groupes diversifiés.

Cet investissement était la deuxième allocation des 20 millions engagés dans l'impact social, et a suivi l'investissement de 12,5 millions \$ dans le Black Economic Development Fund. Géré par la Local Initiatives Support Corporation (LISC), le Fonds a déployé 55 millions \$ de capital pour soutenir les institutions financières, les établissements essentiels et les entreprises dirigées par des personnes issues de la communauté noire.

# Mettre en œuvre des pratiques de bonne gouvernance



Les pratiques de HubSpot en matière de gouvernance durable s'appuient sur deux valeurs essentielles pour l'entreprise : la confiance et le respect. En investissant dans la confidentialité des données, en favorisant les comportements éthiques et en établissant un conseil aussi diversifié que nos clients, nous voulons développer des relations de confiance avec les personnes auxquelles nous nous adressons, y compris nos clients, nos salariés et nos actionnaires.



**John Kelleher**

Directeur juridique à HubSpot

## Conseil d'administration de HubSpot

HubSpot accorde beaucoup d'importance au partage des connaissances et a beaucoup d'estime pour les membres de son [Conseil d'administration](#). Le désir de construire une entreprise durable commence par le Conseil, qui supervise l'activité au nom des actionnaires. Comme indiqué dans sa [Politique sur la diversité du conseil d'administration](#), HubSpot pense qu'il est essentiel d'avoir un Conseil diversifié, afin que ses membres aient une variété d'opinions, de données, de perspectives et d'ambitions. L'entreprise est fière que 70 % des membres de son Conseil s'identifient comme des femmes et/ou des personnes de couleur, qu'un de ses directeurs indépendants s'identifie comme membre de la communauté LGBTQ+, et que le Comité Nomination et ESG soit entièrement composé de femmes.

De plus, ce Conseil de 10 personnes comprend sept directeurs

indépendants et trois directeurs exécutifs, dont la PDG et les deux cofondateurs de HubSpot.

L'une des tâches principales du Conseil est de superviser de manière avisée le processus de gestion des risques. Le Conseil ne comprend pas de comité de gestion des risques permanent. Il gère sa fonction de surveillance directement, en groupe, mais aussi via les comités permanents qui gèrent les risques inhérents à leurs domaines respectifs. Les réunions trimestrielles du Conseil et des comités favorisent un engagement régulier des responsables, des mises à jour régulières sur les activités, la gouvernance et la réglementation, ainsi que la surveillance des risques de l'entreprise et d'autres initiatives clés, notamment en matière d'ESG. Un résumé des responsabilités du Conseil et des comités en matière de surveillance est inclus dans le tableau de la page suivante.

## CONSEIL D'ADMINISTRATION

- Le Conseil d'administration de HubSpot est responsable du suivi et de l'évaluation de l'exposition aux risques stratégiques et de l'exposition aux risques de l'entreprise entière.
- Il analyse les actualités du management chaque trimestre et étudie aussi l'évaluation des risques de l'entreprise deux fois par an.



### COMITÉ D'AUDIT

- Supervise la gestion des risques liés aux rapports financiers et aux contrôles internes.
- Supervise la gestion des risques en matière de cybersécurité et de confidentialité des données, y compris les mises à jour semestrielles du Directeur de la sécurité informatique.

### COMITÉ DE COMPENSATION

- Supervise la gestion des risques de l'entreprise et les politiques liées au salaire, au recrutement et à la rétention des cadres et responsables.
- Supervise la gestion des risques liés à l'approche de l'entreprise entière en matière de salaire.
- Reçoit les mises à jour et supervise la gestion des risques liés au cadre juridique des salaires.

### COMITÉ NOMINATION ET ESG

- Évalue l'organisation et la gouvernance du Conseil et de ses comités, et effectue des recommandations.
- Supervise le processus d'évaluation pour le Conseil et ses comités.
- Supervise les politiques et les pratiques pour la gouvernance de l'entreprise.
- Étudie les plans de succession des membres du Conseil et des responsables.
- Supervise les stratégies, les pratiques et les indicateurs ESG de HubSpot, y compris les mises à jour semestrielles du Directeur de l'ESG.

Pour en savoir plus sur la gouvernance, les compétences et l'expérience du Conseil, les biographies des responsables, l'engagement des actionnaires et le leadership, vous pouvez consulter la [Circulaire de sollicitation de procurations](#) de la Réunion annuelle des actionnaires en 2022, qui a été déposée auprès de la SEC le 28 avril 2022.



## Éthique et conformité

La conformité et l'éthique sont deux sujets importants pour HubSpot. L'entreprise a donc adopté un code de conduite professionnelle et d'éthique, son [Code of Use Good Judgment](#) (ou Code de bon sens, le « Code » ci-après), qui s'applique à tous ses salariés, quel que soit leur titre ou leur fonction. Ce Code souligne que chaque action effectuée à HubSpot doit être et sera évaluée au regard des normes les plus élevées en matière de conduite professionnelle éthique. Ces objectifs ambitieux sont définis pour des raisons pratiques, car cet engagement envers les normes les plus élevées aide l'entreprise à apporter des solutions à ses clients, à recruter les meilleurs talents, à concevoir une plateforme et des produits de qualité, et à nouer des relations à long terme avec ses partenaires. Le succès de HubSpot repose sur la confiance et le respect mutuel qui lie l'entreprise à ses clients et à ses partenaires, et le respect du Code l'aide à préserver ces relations. HubSpot encourage ses salariés à signaler, de manière anonyme s'ils le souhaitent, les infractions suspectées à la politique auprès de la Whistleblower Hotline (en ligne ou au téléphone).

Outre le Code, l'entreprise a adopté des politiques clés qui guident ses pratiques en matière de gouvernance et d'ESG, afin que ses salariés, ses partenaires et ses fournisseurs puissent agir de manière éthique et durable :

- [Politique en matière de droits humains](#)
- [Politique sur la diversité du Conseil d'administration](#)
- [Politique environnementale](#)
- [Code de conduite pour les fournisseurs](#)

HubSpot exige que tous ses salariés suivent des formations consacrées aux principes du Code, au harcèlement, aux délits d'initiés et à d'autres politiques au cours de leur intégration, et exige également que des mises à jour annuelles soient effectuées sur ces sujets et d'autres politiques clés. Le Conseil et ses comités examinent et approuvent chaque année les politiques clés, y compris le Code, et le Comité d'audit reçoit chaque trimestre des mises à jour sur toute enquête en cours.

# Préserver la confiance des clients et les fidéliser avec une expérience de qualité

HubSpot estime que la confidentialité et la protection des données sont des droits humains essentiels et qu'elles sont indispensables pour établir des relations de confiance. L'entreprise est fière que plus de 135 000 clients lui fassent confiance pour leur suite front-office, et s'engage à mériter et à préserver cette confiance. Pour cela, elle se montre transparente sur l'utilisation des données, conçoit des contrôles et propose des choix, et protège les données en respectant les meilleures pratiques du secteur et les exigences légales.

## PROGRÈS RÉALISÉS

- Avec le passage au télétravail, HubSpot a fait évoluer ses pratiques en matière de sécurité et de confidentialité, en investissant dans les systèmes concernés et en s'appuyant sur une stratégie de défense en profondeur.
- La conformité en matière de cookies a été mise à jour et la confirmation d'inscription aux e-mails a été mise en place pour respecter l'évolution des réglementations en matière de confidentialité des données pour les clients
- Des **outils en libre-service** ont été lancés pour aider les utilisateurs à mieux comprendre les politiques de HubSpot en matière de confidentialité, de sécurité et de contrôle des données, et à supprimer les frictions pour les clients qui ont besoin d'accéder à ces informations. Ces ressources comprennent :
  - Un guide sur le Règlement général sur la protection des données et un guide de conformité au California Consumer Privacy Act (CCPA)
  - Des rapports SOC 2 type 2 et SOC 3
  - Des résumés des tests d'intrusion effectués sur le CRM et le réseau d'entreprise de HubSpot
  - Une évaluation de l'impact des transferts

## OBJECTIFS

- Évaluer les opportunités pour fournir plus d'informations en libre-service sur les pratiques en matière de confidentialité et de sécurité de HubSpot, et poursuivre l'alignement avec les cadres principaux du secteur d'activité, y compris le code de conduite cloud de l'Union européenne.
- Améliorer l'accessibilité du site web de HubSpot afin qu'il soit conforme au niveau AA de la norme WCAG 2.1 et qu'il offre une expérience plus inclusive aux visiteurs.



## Stratégie de HubSpot en matière de centre de données régional

L'une des priorités de HubSpot est de proposer un hébergement régional des données. L'entreprise souhaite offrir à ses clients flexibilité et contrôle sur le lieu de traitement et de stockage de leurs données, améliorer les performances, et aider ses clients à se conformer aux réglementations applicables.

En 2021, l'entreprise a lancé un **centre de données régional** dans l'Union européenne pour tous ses nouveaux clients. Ce projet à grande échelle s'est appuyé sur la collaboration de plusieurs équipes et la contribution de quasiment tous les ingénieurs internes, qui sont plus d'un millier. En avril 2022, HubSpot comptait plus de 500 000 portails dans son centre de données européen.

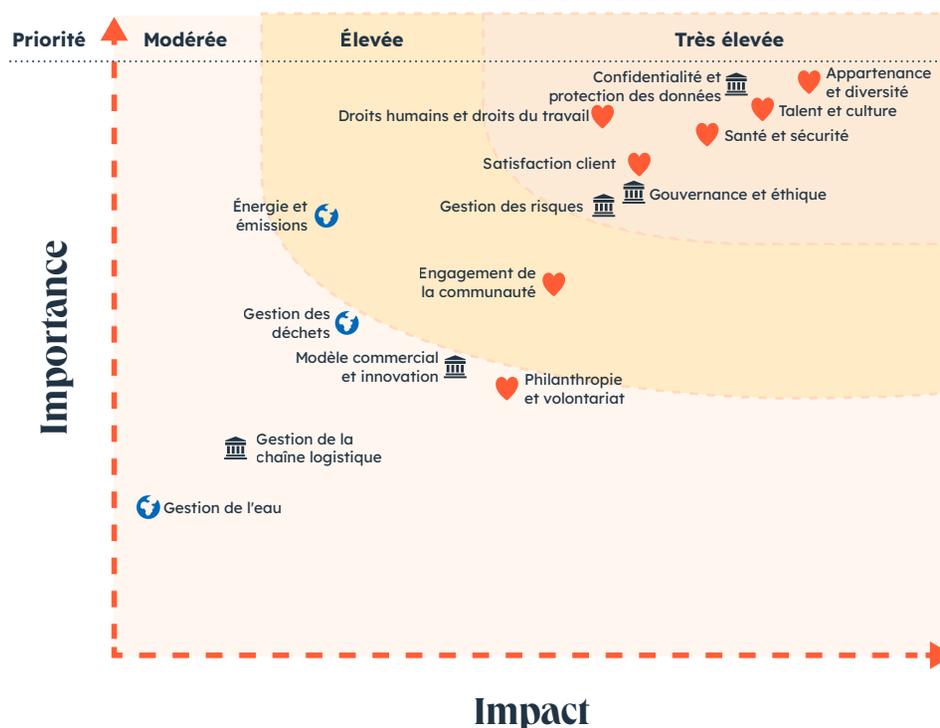
De plus, une équipe produit dédiée continue à travailler sur une expérience de migration fluide, qui devrait être proposée aux utilisateurs existants fin 2022.

# Index des données

HubSpot s'engage à faire preuve de transparence et à veiller à ce que ses parties prenantes puissent trouver facilement les indicateurs ESG les plus importants pour elles. Le tableau suivant indique les recommandations en matière de logiciels et de services informatiques de la commission SASB, et les mesures prises par HubSpot au regard des dix principes du Pacte mondial des Nations unies. HubSpot aligne également des éléments de son rapport avec les normes du GRI et du groupe de travail TCFD, et prévoit d'augmenter le nombre d'informations divulguées à l'avenir. Si vous avez des questions, vous pouvez les adresser à [sustainability@hubspot.com](mailto:sustainability@hubspot.com).

## Étude de matérialité

En 2021, HubSpot a effectué une étude de matérialité afin de déterminer ses priorités pour sa stratégie et son reporting ESG. En tenant compte de plusieurs cadres de travail, comme ceux de la SASB, du GRI et du Pacte mondial des Nations unies, ainsi que de l'avis et du feedback des parties prenantes clés, l'entreprise a priorisé les sujets les plus pertinents pour son modèle commercial et ses opérations, et les domaines dans lesquels elle pourrait avoir l'impact le plus important. La matrice de matérialité présentée ici reflète les résultats de cette étude. HubSpot prévoit de la mettre à jour tous les trois ans.



## Entreprise

THÈME	RÉPONSE	GRI
Nom de l'entreprise	HubSpot, Inc.	2-1
Adresse du siège	Cambridge	2-1
Nombre total des pays dans lesquels l'entreprise opère	11 pays	2-1
Propriété et informations légales	<a href="#">Formulaire 10-K de HubSpot</a>	2-1
Produits et services	Présentation des produits	2-6
Chiffre d'affaires de l'année fiscale 2021 (en millions)	1 300,7 \$	2-6
Période du rapport	À propos de ce rapport	2-3
Fréquence du rapport	Annuelle	2-3
Salariés	5 895	2-7

## Environnement

THÈME	RÉPONSE	SASB	GRI	Objectifs de développement durable de l'ONU
Total de l'énergie consommée	Bureaux : 26 848 GJ HubSpot ne gère pas de centres de données et fait appel à des prestataires de services sur le cloud.	TC-SI-130a.1	302-1	
Électricité issue des réseaux	Bureaux : 5 623 MWh	TC-SI-130a.1	302-1	
Énergie renouvelable	5 623 MWh HubSpot a acheté des certificats d'énergie renouvelable pour couvrir l'intégralité de la consommation d'électricité dans ses bureaux en 2021.	TC-SI-130a.1	302-2	

## Environnement (suite)

THÈME	RÉPONSE	SASB	GRI	Objectifs de développement durable de l'ONU
Scope 1 - Émissions de gaz à effet de serre (Mt CO2e)	0		305-1	 
Scope 2 - Émissions de gaz à effet de serre (sur la base du marché) (Mt CO2e)	1 536		305-2	 
Scope 2 - Émissions de gaz à effet de serre (sur la base du lieu) (Mt CO2e)	3 824		305-3	 
Émissions de gaz à effet de serre scope 3 calculées (Mt CO2e)	56 957			 
Intégration de considérations environnementales dans le planning stratégique pour les besoins en centres de données	HubSpot travaille activement avec ses fournisseurs de centres de données pour mesurer l'empreinte carbone et, en lien avec eux, élaborera des plans pour réduire l'intensité carbone de ses prévisions.	TC-SI-130a.3.		
Utilisation et consommation d'eau	17 697 m <sup>3</sup> d'eau issus de réseaux municipaux. Ce chiffre couvre les principaux bureaux : Cambridge (États-Unis), Portsmouth (États-Unis), Dublin, Berlin, Singapour et Sydney. Aucun site de HubSpot ne se trouve dans une région touchée par le stress hydrique. Tous les sites de l'entreprise étant des bureaux, HubSpot considère qu'aucune consommation d'eau n'est effectuée pour ses opérations.	TC-SI-130a.2.	303-3 303-5	

## Salariés et communauté

THÈME	RÉPONSE	SASB	GRI	Objectifs de développement durable de l'ONU		
<b>Ensemble des salariés et risques associés</b>	<p>5 895 salariés à temps plein au 31 décembre 2021 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 446 en Amérique du Nord, centrale et du Sud</li> <li>• 1 166 en Europe</li> <li>• 319 dans la région Asie-Pacifique</li> <li>• 2 964 personnes en télétravail à temps plein</li> </ul> <p>En tant qu'entreprise internationale, HubSpot compte des milliers de salariés qui travaillent dans ses 13 bureaux et à distance. Nombre de ses salariés se trouvent dans les régions où les clients de l'entreprise opèrent, puisque ces derniers sont présents dans plus de 120 pays. Cette présence mondiale aide HubSpot à mieux répondre aux besoins de ses clients, en comprenant mieux les différences et les similarités des environnements de travail. Si cette diversité est incontestablement une force, les équipes de l'entreprise doivent travailler en synergie pour respecter les particularités de cultures et de zones géographiques différentes. Le Code culture de HubSpot a été développé pour définir les principes communs qui régissent les opérations de l'entreprise, notamment l'ouverture, l'autonomie, la transparence et l'esprit d'innovation. Les bureaux étant soumis à des réglementations et à des risques différents, des équipes RH locales sont déployées pour soutenir les salariés, attirer les talents locaux, et gérer les risques et les réglementations. Elles sont soutenues par une équipe internationale qui définit et gère la stratégie globale en matière de ressources humaines. Les principales tâches commerciales de HubSpot sont, pour la plupart, réalisées par ses salariés.</p>	TC-SI-130a.1.	2-8			
<b>Engagement des employés</b>	<p>HubSpot effectue chaque trimestre une enquête sur l'engagement des salariés, connue sous le nom de taux de recommandation net des salariés, pour évaluer et comprendre l'expérience et l'engagement de ces derniers au niveau de l'entreprise. Cette enquête fournit aussi des données aux managers de l'entreprise, qui peuvent identifier, gérer et suivre le feedback au niveau de leurs propres départements. Le processus d'enquête inclut une enquête sur l'index d'inclusion globale, mesuré chaque année, qui aide HubSpot à suivre les progrès réalisés et à recueillir du feedback sur les efforts déployés en matière de diversité, d'inclusion et d'appartenance au fil du temps. Au 4e trimestre 2021, le taux de réponse global était de 61 %.</p>	TC-SI-330a.2.	2-8			
<b>Représentation des genres (globale)</b>	<table border="0"> <tr> <td> <p>Entreprise entière</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hommes : 52,9 %</li> <li>• Femmes : 46,9 %</li> <li>• Personnes non binaires : 0,2 %</li> </ul> <p>Rôles techniques</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hommes : 67,5 %</li> <li>• Femmes : 32,4 %</li> <li>• Personnes non binaires : 0,1 %</li> </ul> </td> <td> <p>Rôles non techniques</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hommes : 47,9 %</li> <li>• Femmes : 51,9 %</li> <li>• Personnes non binaires : 0,2 %</li> </ul> <p>Managers (responsables d'équipes)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hommes : 48,9 %</li> <li>• Femmes : 51,1 %</li> <li>• Personnes non binaires : 0 %</li> </ul> </td> </tr> </table> <p>Veuillez consulter le <a href="#">Rapport 2022 de HubSpot sur la diversité, l'inclusion et l'appartenance</a> pour obtenir davantage de données.</p>	<p>Entreprise entière</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hommes : 52,9 %</li> <li>• Femmes : 46,9 %</li> <li>• Personnes non binaires : 0,2 %</li> </ul> <p>Rôles techniques</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hommes : 67,5 %</li> <li>• Femmes : 32,4 %</li> <li>• Personnes non binaires : 0,1 %</li> </ul>	<p>Rôles non techniques</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hommes : 47,9 %</li> <li>• Femmes : 51,9 %</li> <li>• Personnes non binaires : 0,2 %</li> </ul> <p>Managers (responsables d'équipes)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hommes : 48,9 %</li> <li>• Femmes : 51,1 %</li> <li>• Personnes non binaires : 0 %</li> </ul>	TC-SI-330a.3.	405-1	
<p>Entreprise entière</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hommes : 52,9 %</li> <li>• Femmes : 46,9 %</li> <li>• Personnes non binaires : 0,2 %</li> </ul> <p>Rôles techniques</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hommes : 67,5 %</li> <li>• Femmes : 32,4 %</li> <li>• Personnes non binaires : 0,1 %</li> </ul>	<p>Rôles non techniques</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hommes : 47,9 %</li> <li>• Femmes : 51,9 %</li> <li>• Personnes non binaires : 0,2 %</li> </ul> <p>Managers (responsables d'équipes)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hommes : 48,9 %</li> <li>• Femmes : 51,1 %</li> <li>• Personnes non binaires : 0 %</li> </ul>					

## Salariés et communauté (suite)

THÈME	RÉPONSE	SASB	GRI	Objectifs de développement durable de l'ONU	
<b>Représentation par groupes ethniques (États-Unis)</b>	<p>Salariés aux États-Unis</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caucasiens : 65,3 %</li> <li>• Asiatiques : 13,7 %</li> <li>• Noirs ou afro-américains : 8,8 %</li> <li>• Hispaniques ou latinos : 7,5 %</li> <li>• Autres (y compris Amérindiens, personnes originaires des îles du Pacifique, autochtones de l'Alaska, ou personnes issues de deux groupes ethniques ou plus) : 3,8 %</li> <li>• Ont choisi de ne pas répondre à la question sur l'ethnicité : 0,9 %</li> </ul> <p>Rôles techniques</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caucasiens : 60,2 %</li> <li>• Salariés issus de communautés noires, autochtones et de couleur : 39,8 %</li> </ul> <p>Rôles non techniques</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caucasiens : 67,7 %</li> <li>• Salariés issus de communautés noires, autochtones et de couleur : 32,3 %</li> </ul>	<p>Responsables</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Managers : <ul style="list-style-type: none"> <li>– Caucasiens : 71,8 %</li> <li>– Salariés issus de communautés noires, autochtones et de couleur : 28,2 %</li> </ul> </li> <li>• Directeurs : <ul style="list-style-type: none"> <li>– Caucasiens : 78,8 %</li> <li>– Salariés issus de communautés noires, autochtones et de couleur : 21,2 %</li> </ul> </li> <li>• Vice-président : <ul style="list-style-type: none"> <li>– Caucasiens : 79,5 %</li> <li>– Salariés issus de communautés noires, autochtones et de couleur : 20,5 %</li> </ul> </li> <li>• Équipe de direction : <ul style="list-style-type: none"> <li>– Caucasiens : 66,7 %</li> <li>– Salariés issus de communautés noires, autochtones et de couleur : 33,3 %</li> </ul> </li> </ul>	TC-SI-330a.3.	405-1	
	<p>Veuillez consulter le <a href="#">Rapport 2022 de HubSpot sur la diversité, l'inclusion et l'appartenance</a> pour obtenir davantage de données.</p>				
<b>Contribution totale aux communautés partenaires qui agissent en faveur de l'éducation et de l'entrepreneuriat</b>	<p>En 2021, HubSpot a versé plus de 8 millions \$ à ses communautés partenaires dans le monde entier. Cela inclut :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 300 000 \$ de dons à des organisations à but non lucratif partenaires</li> <li>• 104 249 \$ en équivalent temps grâce aux actions de volontariat des salariés</li> <li>• 35 000 \$ de dons pour soutenir l'accès à l'éducation lors de la World Certification Week</li> <li>• 7,5 millions \$ investis dans des banques gérées par des personnes issues de minorités</li> </ul>		413-1	 	

## Gouvernance de l'entreprise

THÈME	RÉPONSE	SASB	GRI	Objectifs de développement durable de l'ONU
<b>Structure de gouvernance</b>	Voir le Conseil d'administration de HubSpot		2-9	
<b>Processus de nomination au Conseil</b>	<p>Le Conseil de HubSpot a chargé le Comité Nomination et ESG d'identifier des candidates et candidats éligibles à la nomination au Conseil (y compris pour remplir les postes vacants, le cas échéant) et d'évaluer leurs qualifications au regard des politiques et des principes énoncés dans la <a href="#">Politique sur la diversité du conseil d'administration</a>, les directives liées à la gouvernance de l'entreprise, et la charte du Comité Nomination et ESG.</p> <p>Pour en savoir plus, vous pouvez consulter la <a href="#">Circulaire de sollicitation de procurations</a> de la Réunion annuelle des actionnaires en 2022, qui a été déposée auprès de la SEC le 28 avril 2022.</p>		2-10	
<b>Membres exécutifs et non exécutifs du Conseil</b>	Brian Halligan, cofondateur de HubSpot et Directeur du Conseil, Dharmesh Shah, cofondateur et Directeur de la technologie à HubSpot, et Yamini Rangan, PDG de HubSpot, sont les trois membres exécutifs du Conseil. Les sept autres directeurs sont indépendants.		2-9	
<b>Durée moyenne de présence au Conseil</b>	6,85 ans		2-9	
<b>Membres indépendants du Conseil</b>	Le Conseil a effectué un examen de l'indépendance de chaque directrice et directeur. En fonction des informations fournies par chaque directrice ou directeur au sujet de son profil, de sa carrière et de ses affiliations, le Conseil a déterminé que Mmes Hughes Johnson, Norrington et Ward, et que MM. Caldwell, Gill, Sahai et Simons, n'ont aucune relation qui pourrait interférer avec l'exercice d'un jugement indépendant dans le cadre de leurs responsabilités, et que chacune de ces personnes est « indépendante ». La définition de ce terme correspond aux règles et aux réglementations applicables de la SEC et des normes de la bourse de New York.		2-18	
<b>Diversité du Conseil (genre et ethnicité)</b>	Veuillez consulter la <a href="#">Circulaire de sollicitation de procurations</a> .		405-1	 

## Confidentialité et sécurité des données

THÈME	RÉPONSE	SASB	GRI	Objectifs de développement durable de l'ONU
<b>Publicités basées sur les comportements et confidentialité des données des utilisateurs</b>	<a href="#">Politique de confidentialité</a>	TC-SI-220a.1.	417-3	
<b>Pertes financières résultant de procédures juridiques relatives à la confidentialité des données des clients</b>	HubSpot n'a enregistré aucune perte financière matérielle en 2021 résultant de procédures juridiques relatives à la confidentialité des données des clients.	TC-SI-220a.3.	2-27	
<b>Demandes d'autorités judiciaires</b>	Veillez consulter le <a href="#">Rapport de HubSpot sur la politique de divulgation des données et la transparence</a> .	TC-SI-220a.4.	2-27	
<b>Violation de données</b>	HubSpot n'a subi aucune violation matérielle de données en 2021. Toute violation matérielle serait divulguée dans le <a href="#">Formulaire 10-K</a> déposé auprès de la SEC. Veillez consulter le <a href="#">Rapport SOC 3</a> pour en savoir plus sur les contrôles en matière de sécurité, de confidentialité et de disponibilité mis en place par HubSpot afin de protéger les données des clients.	TC-SI-230a.1.	418-1	
<b>Risques pour la sécurité des données</b>	Si les mesures de sécurité de HubSpot ou de ses clients sont compromises, ou si un tiers non autorisé parvient à accéder aux données des clients de HubSpot ou aux données de leurs propres clients, la plateforme CRM de HubSpot pourrait être perçue comme n'étant pas sécurisée, les clients pourraient subir des préjudices et ainsi réduire ou cesser leur utilisation de la plateforme, la réputation de l'entreprise pourrait être endommagée, et HubSpot pourrait subir des conséquences graves. Pour en savoir plus, veuillez consulter la section 1A. Facteurs de risques du <a href="#">Formulaire 10-K</a> déposé auprès de la SEC le 14 février 2022.	TC-SI-230a.2.	418-1	
<b>Pertes financières résultant de procédures juridiques relatives aux réglementations applicables en matière de comportement anticoncurrentiel.</b>	HubSpot n'a enregistré aucune perte financière matérielle en 2021 résultant de procédures juridiques relatives aux réglementations applicables en matière de comportement anticoncurrentiel.	TC-SI-520a.1	2-27	
<b>Problèmes de performance, interruptions de service et non disponibilité</b>	HubSpot fait preuve de transparence sur la disponibilité et la performance du service de ses produits sur la page <a href="https://status.hubspot.com/">https://status.hubspot.com/</a>	TC-SI-550a.1.		
<b>Risques pour la continuité commerciale relatifs à des perturbations des opérations</b>	Les risques pour la continuité commerciale sont évoqués dans la section 1A. Facteurs de risques du <a href="#">Formulaire 10-K</a> déposé auprès de la SEC le 5 mai 2022.	TC-SI-550a.2.		

## Indicateurs d'activité

THÈME	RÉPONSE	SASB
Licences ou abonnements et pourcentage de ceux basés sur le cloud	HubSpot utilise des indicateurs différents pour mesurer la performance commerciale et l'engagement des clients. Plus d'informations sont disponibles dans la section pertinente de ce rapport et dans le <a href="#">Formulaire 10-K</a> déposé auprès de la SEC le 14 février 2022.	TC-SI-000.A
Capacité de traitement des données et pourcentage des opérations de traitement sous-traitées		TC-SI-000.B
Capacités en matière de stockage des données et pourcentage du stockage sous-traité		TC-SI-000.C

## Politiques

THÈME	RÉPONSE	GRI
Code de conduite	<a href="#">Code of Use Good Judgment</a>	2-23
Droits humains	<a href="#">Politique en matière de droits humains</a>	2-23
Fournisseurs	<a href="#">Code de conduite pour les fournisseurs</a>	2-23
Utilisation acceptable	<a href="#">Politique d'utilisation acceptable</a>	2-23
Confidentialité	<a href="#">Politique de confidentialité</a>	2-23
Durabilité	<a href="#">Politique environnementale</a>	2-23
Diversité du Conseil	<a href="#">Politique sur la diversité du Conseil d'administration</a>	2-23

# Ressources complémentaires

## INFORMATIONS SUR L'ENTREPRISE

- À propos de HubSpot
- Bureaux

## INFORMATIONS GÉNÉRALES

- Relations avec les investisseurs
- Formulaire 10-K déposé en 2021
- Circulaire de sollicitation de procurations 2022

## ESG

- Page web sur la durabilité
- Page web sur la diversité, l'inclusion et l'appartenance

