



2. DECLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIERE

2.1. Une démarche RSE intégrée au modèle d'affaires et à la stratégie du Groupe 82

2.2. Stratégie et Gouvernance de la RSE du Groupe 83

2.2.1. La Stratégie.....	83
2.2.2. Gouvernance de la RSE.....	84
2.2.3. Présentation des parties prenantes.....	84
2.2.4. Cartographie des risques et enjeux	85

2.3. Présentation du plan d'action Move Forward 2021 – 2024 88

2.3.1. Agir pour l'humain.....	88
2.3.2. Agir pour l'environnement.....	101
2.3.3. Agir responsable et solidaire	111

2.4. Tableau de synthèse de chaque indicateur 120

2.5. Note Méthodologique 123

2.6. Taxonomie Européenne 129

2.6.1. Contexte et cohérence.....	129
2.6.2. Lien avec la stratégie RSE du Groupe Showroomprivé	130
2.6.3. Détermination des activités éligibles et alignées au sens de la Taxonomie.....	131
2.6.4. Evaluation et méthodologie	133
2.6.5. Tableaux réglementaires.....	138

2.7. Attestation de l'organisme tiers indépendant sur les informations présentes dans la DPEF (articles L. 225-102-1, III et R. 225-105-2 du Code de commerce) 142

Dès sa création en 2006, le Groupe a développé une activité économique de revalorisation de stocks de produits et accessoires de mode. Le Groupe n'a cessé de diversifier les services proposés à ses marques partenaires, visant à répondre au mieux à leurs attentes et à celles des consommateurs.

Contribuant ainsi à son échelle, par son activité économique, à une meilleure exploitation des ressources produites, Showroomprivé intègre les préoccupations sociales et environnementales à son activité.

Fruit des engagements de ses fondateurs et dirigeants, le Groupe a rapidement initié une politique externe RSE vers le partage de sa réussite économique et son expertise numérique auprès de populations diverses, qu'il s'agisse des jeunes femmes, de demandeurs d'emploi ou encore de jeunes entrepreneurs. Ont ainsi été créés entre 2015 et 2017 un fonds de dotation (ci-après « **le Fonds de Dotation** ») et une fondation d'entreprise (ci-après « **la Fondation d'Entreprise** »), un incubateur de startups (ci-après « **l'Incubateur** ») ainsi qu'une politique de mécénat de compétences et de soutien financier au bénéfice de nombreuses associations.

Dans une volonté d'aller encore plus loin dans ses engagements et de les intégrer au cœur de sa stratégie, le Groupe a lancé en 2020 un projet transverse, intitulé « **Move Forward** », destiné à impliquer l'ensemble des métiers dans des actions de long terme fondées autour des trois piliers fondamentaux du Groupe :

- **Agir pour l'humain**, notamment pour favoriser le développement des équipes ainsi que l'inclusion et la diversité dans les métiers du Groupe ;
- **Agir pour l'environnement** en réduisant l'impact environnemental de ses activités et en soutenant l'innovation responsable ; et
- **Agir responsable et solidaire** vis-à-vis de ses parties prenantes externes, notamment via son École du e-commerce ainsi que ses partenariats associatifs.

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de Commerce figurent dans la présente déclaration de performance extra-financière les informations sur les actions menées et les orientations prises par le Groupe pour prendre en compte les conséquences sociales et environnementales de son activité et remplir ses engagements sociétaux en faveur du développement durable.

2.1. Une démarche RSE intégrée au modèle d'affaires et à la stratégie du Groupe

En application de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce, le Groupe a établi une présentation infographique de son modèle économique, dont les ressources mènent à la création, avec l'ensemble des parties prenantes du Groupe, d'une valeur financière et extra-financière.

Ce dernier, ainsi que sa stratégie et ses perspectives de développement, sont présentés plus amplement au sein du Chapitre 1, à la section 1.1 « Modèle économique »

Ainsi, à l'occasion de ses ventes privées quotidiennes, le Groupe revalorise les stocks de produits invendus par les marques via leurs canaux de distribution classiques et crée ainsi une nouvelle offre attractive pour les marques et les consommateurs. Avec plus de 9 millions de pièces qui ont pu être traitées, remises au propre et revalorisées en 2023, le Groupe permet à des produits jamais utilisés d'avoir accès à une seconde vie.

Cette revalorisation passe notamment par les activités dites de délotage, activité propre à la vente événementielle, qui vise à remettre en état les pièces et leur conditionnement. Cette revalorisation passe également par la création de contenus visuels et textuels de qualité ainsi que par le format attractif de ventes privées, contribuant à créer une expérience utilisateur particulièrement séduisante pour les clients de Showroomprivé.

Mais le Groupe va plus loin dans sa proposition de valeur en proposant notamment des ventes et des produits plus responsables à ses membres, et des solutions afin de revaloriser leurs produits, avec le lancement d'un programme dédié, le tout en maintenant une offre accessible et des services destinés à simplifier la vie du membre.

2.2. Stratégie et Gouvernance de la RSE du Groupe

2.2.1. La Stratégie

Le Groupe a initié quelques années après sa création une politique orientée vers le partage de sa réussite économique et de son expertise, notamment en créant un incubateur interne de startups en 2015, une fondation d'entreprise en 2017, ainsi qu'une politique de mécénat d'entreprise.

Dans une volonté d'harmoniser et d'aller plus loin dans ses engagements, le Groupe a créé en 2018 un département RSE.

Après sa création, ce dernier a mené un audit des pratiques internes, a procédé à une analyse de matérialité et coconstruit un premier plan d'action, arrivé à son terme en 2020.

Le Groupe s'est doté en 2021 d'un nouveau plan d'action RSE, s'inscrivant dans son programme transverse d'entreprise Move Forward.

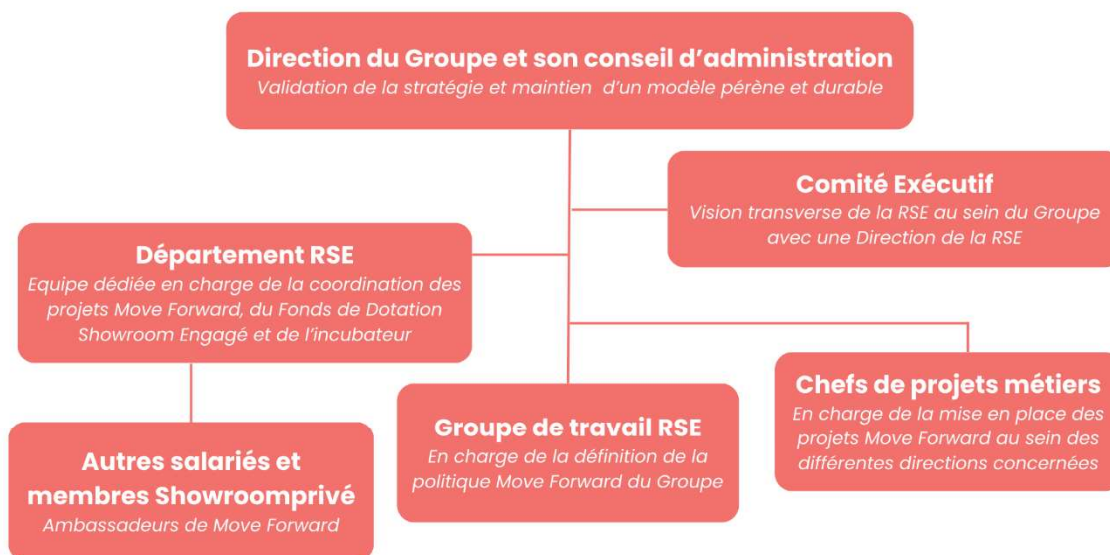
Ce plan d'action a notamment pour ambition de prendre en considération les changements sociétaux qui s'opèrent et qui nécessitent de continuellement s'orienter vers des pratiques de consommation plus responsables pour l'environnement et l'humain.

Ainsi, de nouveaux objectifs adaptés aux enjeux et aux risques auxquels le Groupe est confronté ont été définis.

Favoriser la santé, la sécurité et le bien-être de ses collaborateurs, mener une réflexion sur la diminution de l'impact carbone de ses activités, travailler la circularité de son modèle économique, ou encore promouvoir la diversité et l'inclusion dans ses métiers sont tant des objectifs de long terme que des défis vertueux permettant de répondre aux aspirations du marché et des consommateurs.

La Stratégie globale du Groupe figure en section 1.6 du présent document d'enregistrement universel.

2.2.2. Gouvernance de la RSE



Avec le lancement du programme Move Forward, le Groupe a initié une politique RSE transverse, qui implique de nombreuses équipes au quotidien.

La politique et les résultats extra-financiers sont régulièrement présentés à la direction du Groupe et à son conseil d'administration.

Depuis sa création, le département RSE a initié un Groupe de travail RSE, composé des parties prenantes internes concernées, notamment les fonctions juridiques, commerciales, logistiques ou encore celles des ressources humaines. Ce groupe de travail a pour mission de définir la politique Move Forward, d'en fixer les objectifs et d'en assurer le suivi.

Les différents projets Move Forward sont ensuite pilotés par le département RSE et l'ensemble des chefs de projets métiers impliqués.

2.2.3. Présentation des parties prenantes

Dans ses activités, le Groupe identifie des parties prenantes internes et externes exerçant une influence sur ses décisions et objectifs.

Parmi les parties prenantes internes, le Groupe compte les collaborateurs, y compris les dirigeants, ainsi que les actionnaires majoritaires. Les parties prenantes externes principales identifiées par le Groupe sont : les fournisseurs, autrement dit les marques partenaires du Groupe, les clients, les investisseurs, les institutions publiques, les associations partenaires

ainsi que les prestataires de services auxquels le Groupe fait appel pour assurer le déploiement de ses activités

2.2.4. Cartographie des risques et enjeux

Tel que précisé à la partie 3 « Facteurs de Risques » du présent Document, le Groupe élabore une cartographie des principaux risques permettant d'identifier ceux auxquels il est exposé et d'apprécier, pour chacun d'entre eux, leur impact potentiel ainsi que le plan d'action afférent mis en place.

Régulièrement actualisée, cette cartographie intègre les risques extra-financiers du Groupe, synthétisés en concordance avec les enjeux et objectifs adjacents faisant l'objet du plan d'action dans le tableau ci-dessous.

Ces risques sont le résultat d'un audit mené en 2018. Ils ont par ailleurs été complétés lors de l'exercice 2020, afin de prendre en compte l'émergence de nouveaux risques extra-financiers, notamment comme conséquence de la pandémie de Covid-19.

Ces derniers ont été sélectionnés selon leur importance pour les parties prenantes, leurs impacts financiers et réglementaires mais également selon la capacité du Groupe, du fait de ses ressources et activités, à pouvoir y répondre. Les risques et enjeux faisant l'objet de la partie 3 « Facteurs de Risques » du présent Document d'Enregistrement Universel, ont été présentés à l'organe de direction du Groupe, le comité exécutif composé des principaux responsables opérationnels de la société et co-présidé par David Dayan, Président-Directeur Général et François de Castelnaud, Directeur général délégué.

Les politiques et actions prévues en réponse à ces risques, les indicateurs de performance établis ainsi que les résultats obtenus dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie RSE du Groupe sont présentés dans le corps de la déclaration de performance extra-financière, ci-après.

Par ailleurs, le tableau ci-dessous intègre également, pour chaque enjeu, l'Objectif de Développement Durable afférent, auquel le Groupe contribue à son échelle.

2 Déclaration de performance extra-financière

Stratégie et Gouvernance de la RSE du Groupe



Risques extra-financiers identifiés		Risques financiers associés	Enjeux & Objectifs, à horizon 2024	Contribution aux ODD
AGIR POUR L'HUMAIN	Attraction et rétention des talents et capacité du Groupe à soutenir le développement de leurs compétences	Partie 3.1.2.9 page 167 du document d'enregistrement universel Partie 3.3.2.1.2 page 181 du document d'enregistrement universel	1.1 Participer au développement des compétences et à l'employabilité pérenne de nos équipes <i>Favoriser le partage de compétences en permettant à nos collaborateurs de participer à des activités de transmission</i>	
	Santé et Sécurité des collaborateurs	Partie 3.3.2.1.2 page 181 du document d'enregistrement universel	1.2 Favoriser la santé, la sécurité et la qualité de vie au travail <i>Sensibiliser nos équipes à l'importance de l'équilibre vie professionnelle-vie personnelle</i>	
	Promotion de la diversité, de l'égalité des chances et lutte contre les discriminations et les violences au travail	Partie 3.3.2.1.2 page 181 du document d'enregistrement universel	1.3 Promouvoir l'inclusion et la diversité dans nos métiers <i>Former nos managers aux pratiques de recrutement et management inclusif</i>	
AGIR POUR L'ENVIRONNEMENT	Capacité du Groupe à anticiper l'évolution des attentes des parties prenantes en matière de performance environnementale	Partie 3.1.5.2 page 173 du document d'enregistrement universel	2.1 Faciliter l'accès à une consommation plus responsable pour nos membres <i>Informier le consommateur sur l'impact environnemental de sa livraison Permettre au membre d'accéder de manière simple à des services pour prolonger la durée de vie de ses produits ou leur donner une seconde vie</i>	
	- Risques opérationnels liés au réchauffement climatique - Risque lié à la non-conformité réglementaire - Risque lié à l'économie circulaire	Partie 3.1.5.2 page 173 du document d'enregistrement universel	2.2 Réduire l'empreinte environnementale de nos activités <i>- Renforcer la mesure de notre empreinte carbone et initier une démarche de réduction - Atteindre 100 % d'emballages d'expédition recyclables, recyclés ou réutilisables & 75 % de matière recyclée dans nos emballages d'expédition</i>	
	Capacité du Groupe à anticiper l'évolution des attentes des parties prenantes en matière de performance environnementale	Partie 3.1.5.2 page 173 du document d'enregistrement universel	2.3 Soutenir l'innovation responsable <i>Atteindre 150 entrepreneurs accompagnés via l'Incubateur Look Forward en 2024</i>	

2 Déclaration de performance extra-financière

Stratégie et Gouvernance de la RSE du Groupe



AGIR RESPONSABLE ET SOLIDAIRE			
- Protection de la donnée personnelle - Respect des droits de l'Homme et des libertés fondamentales par les fournisseurs - Conformité aux lois et réglementations (dont Sapin II) en matière d'éthique et de corruption	Partie 3.1.3.1 page 168 du document d'enregistrement universel	Partie 3.1.3.1 page 168 du document d'enregistrement universel	3.1 Assurer la prise en compte des enjeux de d'éthique et de respect des données personnelles en responsabilisant nos équipes - 100 % des salariés ont accès à un outils d'alerte interne et sont sensibilisés aux principes éthiques et à la détection de la corruption chaque année - 100 % des collaborateurs acteurs de la donnée formés sur les enjeux de RGPD chaque année
	Partie 3.1.3.2 page 169 du document d'enregistrement universel	Partie 3.1.3.2 page 169 du document d'enregistrement universel	
	Partie 3.1.5.1 page 172 du document d'enregistrement universel	Partie 3.1.5.1 page 172 du document d'enregistrement universel	
Promotion de la diversité, de l'égalité des chances et lutte contre les discriminations et le harcèlement	Partie 3.1.2.9 page 167 du document d'enregistrement universel	Partie 3.1.2.9 page 167 du document d'enregistrement universel	3.2 Promouvoir l'inclusion dans les métiers du numérique auprès de notre communauté - Atteindre 200 apprenants formés via l'École du e-commerce en 2024
Capacité du Groupe à anticiper l'évolution des attentes des parties prenantes en matière de performance sociale.	Partie 3.2.1.2 page 181 du document d'enregistrement universel	Partie 3.2.1.2 page 181 du document d'enregistrement universel	
	Partie 3.1.5.2 page 175 du document d'enregistrement universel	Partie 3.1.5.2 page 175 du document d'enregistrement universel	
	Partie 3.3.2.4 page 183 du document d'enregistrement universel	Partie 3.3.2.4 page 183 du document d'enregistrement universel	3.3 Agir en tant qu'e-commerçant solidaire Assurer l'organisation d'au moins 5 évènements solidaires sur nos sites e-commerce ou auprès des collaborateurs chaque année

Tableau 1 : Tableau de concordance des risques extra-financiers

2.3. Présentation du plan d'action Move Forward 2021 – 2024

Ainsi que précédemment exposé, ce sont trois piliers et neuf enjeux majeurs qui constituent le plan d'action RSE dont le Groupe Showroomprivé s'est doté pour les années 2021 à 2024.

Ces enjeux représentent de véritables opportunités pour le Groupe dans son objectif de concilier pilotage économique et réduction des externalités sociales et environnementales, mais également de créer des externalités positives.

2.3.1. Agir pour l'humain

Afin d'accompagner ses 1 122 salariés dans leur développement et prévenir les risques liés à leur santé ainsi qu'à leur sécurité au travail, plusieurs actions sont mises en place au quotidien par le Groupe, articulées autour de 5 axes prioritaires :

- 1 **Be One** : affiner notre culture et définir nos façons de travailler et d'interagir au sein du Groupe
- 2 **Be Attractive** : renforcer notre marque employeur et notre politique de recrutement
- 3 **Be Coach** : améliorer l'expérience collaborateur, offrir un large éventail de possibilités de carrière et d'apprentissage
- 4 **Be Better** : développer le bien-être et la qualité de vie au travail des équipes
- 5 **Be Responsible** : garantir l'inclusion et promouvoir l'égalité des chances

2.3.1.1. Participer au développement des compétences et à l'employabilité pérenne de nos équipes

2.3.1.1.1. Contexte

Le Groupe évolue dans un environnement volatil, incertain et complexe, et plus spécifiquement sur un marché dynamique attirant beaucoup de jeunes profils. Il déploie une politique de ressources humaines visant à attirer, engager et développer ses collaborateurs.

Afin d'attirer et de retenir les talents et collaborateurs clés, le Groupe innove et investit notamment sur l'employabilité de ces collaborateurs en mettant en œuvre un plan de développement des compétences, pour accompagner les salariés dans l'évolution de leurs métiers et le développement de leurs compétences.

En renforçant les actions mises en œuvre face à cet enjeu, le Groupe ambitionne de contribuer à l'Objectif de Développement Durable n°8, et ainsi promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous.

2.3.1.1.2. Indicateurs de performance

En 2023, le nombre total d'embauches en CDI du Groupe s'élève à 220. Parmi ces embauches, 93 % ont été réalisées en France.

Le Groupe souhaite également favoriser les emplois pérennes, engagement qu'il a conduit en 2023 en atteignant un taux de rotation de 21,7 % contre un taux de rotation de 22,7 % en 2022.

Indicateur de performance	2021	2022	2023	Évolution n-1
Effectif du Groupe (hors stagiaires)	1.097	1.119	1.122	+0,27 %
% de salariés d'une filiale française du Groupe	93,8 %	93 %	93 %	0 pts
Part des CDI	91 %	90 %	90 %	0 pts
Taux de rotation	19,5 %	22,7 %	21,7 %	-1,0 pts

En 2023, 893 salariés du Groupe ont suivi des formations pour un nombre total d'heures de formation égal à 1657 heures. Nous pouvons noter une différence significative du nombre d'heures de formation / salarié qui s'explique par le changement de périmètre de calcul qui prend désormais en compte depuis cette année, Showroomprivé, Beautéprivée et The Bradery mais également par le fait que les formations sont plus courtes que lorsqu'elles avaient lieu en présentiel. En 2022, un grand nombre de formation de type "IT" ont été dispensées pour combler un besoin de compétences immédiat, ces formations n'ont pas été reconduites en 2023.

Indicateur de performance	2021	2022	2023	Évolution n-1
Heures de formation/salarié	11 heures 20 minutes	4 heures 22 minutes	1 heure 51 minutes	-*1
Dont femmes (en %)	68 %	46 %	61 %	-*
Dont hommes (en %)	32 %	54 %	39 %	-*
% de salariés en CDI couverts par un entretien annuel	100 %	100 %	100 %	-

1 (*) Variation non calculable en raison du changement de périmètre retenu.

2.3.1.1.3. Plan d'action

- Formation et pérennisation des équipes

L'intégration des collaborateurs constitue un pilier essentiel de la démarche RH de Showroomprivé, cherchant à créer une expérience professionnelle immersive dès le premier jour. Notre processus d'onboarding, minutieusement élaboré, vise à favoriser une intégration harmonieuse et à libérer le potentiel de chaque nouvel arrivant.

Ce processus comprend trois étapes distinctes, débutant par le pre-boarding, une phase préalable cruciale pour éliminer l'appréhension du premier jour. Ensuite, l'intégration standardisée vise à des débuts positifs et stimulants, mettant l'accent sur la présentation aux personnes ressources. Enfin, l'onboarding par fonction, adapté aux spécificités de chaque collaborateur, se concentre sur la montée en compétence.

Un programme d'intégration structuré est en cours de déploiement, comprenant une journée d'intégration, des ateliers interactifs, des rencontres avec les membres clés de l'organisation, des modules d'e-learning sur la plateforme 360Learning, ainsi que des simulations « vis ma vie ». Cela permettra aux nouveaux collaborateurs de se familiariser rapidement avec nos processus internes, nos outils, et les différents départements de l'entreprise.

Des ressources dédiées, telles qu'un livret d'accueil et des kits collaborateur et manager, seront mis(es) à disposition pour fournir des informations détaillées sur nos politiques, process et avantages sociaux, réduisant ainsi les incertitudes et favorisant un environnement de travail transparent et collaboratif.

L'évaluation continue joue un rôle clé dans notre processus d'intégration. Des moments d'échange et des questionnaires auprès des collaborateurs sont organisés pour recueillir leur feedback, permettant ainsi des ajustements constants. Cette approche centrée sur l'écoute active renforce notre engagement envers le bien-être de nos équipes et garantit une intégration optimale.

En résumé, chez Showroomprivé, l'intégration des collaborateurs va au-delà d'une simple formalité administrative. Il s'agit d'une expérience holistique conçue pour favoriser l'épanouissement professionnel dès les premiers instants. Nous nous engageons résolument à affiner et à enrichir en permanence notre approche d'intégration pour assurer le succès mutuel de nos collaborateurs et de l'entreprise. L'onboarding représente le premier chapitre du parcours d'apprentissage de nos collaborateurs, et nous nous efforçons d'assurer un apprentissage continu même après cette période initiale, offrant des opportunités constantes d'évolution dans chaque fonction.

Par ailleurs, une campagne annuelle d'entretiens individuels est menée, permettant à chacun de faire le bilan de l'année écoulée et d'aborder son projet professionnel et ses objectifs avec son manager. Cet entretien est également orienté vers une appréciation des valeurs et permet également aux collaborateurs de formuler des retours auprès de leurs managers.

Cette campagne couvre l'ensemble des salariés en CDI sur la majorité des entités du Groupe, à l'exception, à date, de l'entité présente au Maroc ainsi que The Bradery.

Afin d'accompagner l'ensemble des équipes dans le processus d'entretien annuel, des sessions de formation dédiées aux collaborateurs et aux managers sont organisées chaque année. Elles sont l'occasion pour les équipes de prendre de la hauteur sur l'exercice et de se préparer aux entretiens de leurs équipes.

En plus de cela, des sessions spécifiques d'information ont été organisées sur des sujets spécifiques (valeurs et équilibre vie personnelle et professionnelle, performance et projection professionnelle, feedback).

Enfin, une campagne annuelle d'entretiens professionnels est menée, permettant d'aborder les possibilités d'évolution professionnelle et les actions de formation (la validation des acquis et de l'expérience, le dispositif de conseil en évolution professionnelle ; le compte personnel de formation).

A horizon 2024, le Groupe souhaite renforcer le plan de formation personnalisé de ses salariés et développer l'accès aux formations en vue d'assurer leur employabilité et le maintien de leurs compétences dans un contexte d'évolution perpétuelle des métiers et des technologies. Le dispositif d'entretiens annuels individuels a ainsi été renforcé en 2021 afin de favoriser les évolutions dans le parcours professionnel des salariés (mobilité verticale, mobilité horizontale, mobilité géographique, etc.).

Afin de préparer au mieux les salariés aux attentes et aux compétences du monde de demain, diverses formations et sessions de sensibilisation ont été suivies, en sus des formations obligatoires de sécurité :

- Formations anti-corruption et RGPD ;
- Formations à la négociation ;
- Formations à l'accessibilité numérique ;
- Formation portant sur développement personnel (soft skills) ;
- Ou encore des formations plus spécifiques aux compétences techniques des métiers : Compliance, Agile, Power BI, programmation JavaScript.

Une campagne de formation destinée aux managers a été conduite, touchant 118 collaborateurs en 2022 et 70 en 2023, avec un accent particulier sur le renforcement des compétences en communication. Les retours indiquent un niveau élevé de satisfaction parmi les managers formés, et dans la continuité de cette démarche, de nouvelles sessions sont planifiées pour 2024 afin de bénéficier aux nouveaux managers. Les 188 managers qui ont suivi cette formation entre 2022 et 2023 participeront à une session de perfectionnement sous la forme d'une "Battle", offrant une opportunité stimulante de réviser et de consolider les concepts acquis au cours de leur formation initiale.

Le Groupe a également élargi le champ d'application de sa plateforme de formation en e-learning pour répondre aux besoins spécifiques des métiers en matière de formation, et notamment ceux du département juridique (formations relatives aux données personnelles) ainsi que du département de la DSI et des Achats. Pour l'année 2024, d'autres initiatives de formation interne ont été développées (formation Lean Six Sigma White Belt), et d'autres sont en cours de développement, notamment des parcours dédiés aux managers et des programmes d'intégration pour les nouveaux collaborateurs.

Le Groupe a instauré une politique de mobilité interne forte permettant de motiver et retenir ses talents, mais également de développer leurs compétences. Afin de faciliter la mobilité, le département des Ressources Humaines a instauré plusieurs dispositifs :

- un dispositif de communication interne pour informer les salariés de l'ensemble des offres de postes à pourvoir, ainsi que
- la mise en place d'entretiens annuels individualisés, permettant aux salariés d'exprimer leurs souhaits d'évolution.
- la mise en place d'entretiens professionnels permettant d'aborder les possibilités d'évolution professionnelle et les actions de formation.

En 2023, le Groupe a également déployé les *people review* afin de :

- disposer d'un outil concret pour établir une politique RH 360°
- créer un véritable vivier de collaborateurs pour favoriser les mobilités internes
- identifier les étapes de carrière et le plan de développement individuel
- disposer d'indicateurs clairs et fiables pour garantir des promotions objectives
- utiliser un modèle uniforme, parler le même langage au sein du Groupe.

Favoriser l'engagement et l'agilité des équipes

Showroomprivé, avec l'ambition de favoriser l'intrapreneuriat et de révéler l'agilité et l'esprit innovant de ses collaborateurs, a lancé en 2017 la première édition de son challenge interne d'innovation nommé #BeTheFuture.

A l'occasion de ce concours, le Groupe offre aux collaborateurs de l'entreprise l'opportunité de proposer divers projets destinés à améliorer son modèle d'affaires ou son organisation, les lauréats ayant ensuite la possibilité de le mettre en œuvre en s'appuyant sur le concours des départements concernés de l'entreprise.

En novembre 2021, la 4^{ème} édition du concours #BeTheFuture a été lancée, à destination de l'ensemble des salariés du Groupe. En équipe de deux ou trois, les collaborateurs ont été invités à imaginer le futur du *retail* et à repenser les pratiques à tous les niveaux : expérience client, logistique, développement durable, engagements, etc.

L'édition s'est clôturée le 31 mai 2022 lors d'un évènement au sein des locaux de notre siège social à La Plaine Saint Denis (93). Pour cette édition, Xavier PERRET, Directeur de l'entité Azure de Microsoft France, est venu présenter aux collaborateurs sa notion d'innovation.

Le projet lauréat est un système de prédiction des délais de livraison, une solution qui analyse les événements de suivi des colis pour rendre les délais de livraison plus fiables que jamais.

Deux autres projets innovants ont par ailleurs remporté les deuxièmes et troisièmes places :

- SRP Day x Mécénat d'entreprise : Une journée pour donner du sens. Le but est de permettre aux collaborateurs d'allouer une journée par an auprès d'une association liée aux engagements RSE du Groupe
- #AskForSkills : La solution de mentorat et de mise en relation des collaborateurs pour faciliter le partage des connaissances au sein du Groupe

In fine, les trois projets finalistes seront menés en interne.

Ce concours interne permet notamment aux collaborateurs de monter en compétence ou de mettre à profit ces dernières sur les techniques d'innovation et de gestion de projet. Une belle occasion d'accompagner le Groupe dans ses engagements en faisant émerger de nouvelles solutions !

La 4^{ème} édition du concours a également été l'occasion pour le Groupe de lancer officiellement son **Comité d'innovation**, composé de 9 collaborateurs passionnés par l'Innovation et d'expertises métiers diverses (opérations, achats, RSE, business intelligence, DSI, international, ...). Son objectif est d'inclure l'innovation au centre de l'entreprise en permettant aux collaborateurs de proposer tout au long de l'année des idées innovantes pour Showroomprivé. En effet, alors que l'appel à candidatures du concours #BeTheFuture était limité dans le temps, désormais, les idées peuvent être proposées à tout moment. Le rôle du comité est d'évaluer l'ensemble des idées reçues, de juger de la faisabilité de développement en interne et in fine, du lancement du projet. En sus de leur participation via le concours BeTheFuture, les salariés du Groupe ont également la possibilité de travailler sur leur agilité et leur capacité d'adaptation au quotidien en donnant de leur temps aux programmes sociétaux de l'entreprise, à savoir l'École du e-commerce (clôturée le premier trimestre 2023) et l'Incubateur Look Forward, devenu l'Incubateur Showroom Startups au printemps 2023.

En effet, les salariés volontaires avaient jusqu'alors l'opportunité chaque année de s'investir dans le mécénat de compétences auprès des apprenants de l'École du e-commerce, portée par la Fondation d'Entreprise Showroomprivé. Chacun a donc la possibilité de participer à la formation des apprenants, en animant un module de formation portant sur leur expertise métier.

Les salariés sont également régulièrement sollicités pour partager leurs compétences et accompagner des jeunes entrepreneurs via le programme d'incubation de l'entreprise Showroom Startups. Que ce soit pour l'animation d'un atelier thématique collectif ou une

rencontre individuelle sur une problématique spécifique, chaque salarié peut être amené à participer au programme sur son temps de travail.

En 2023, le Groupe a renforcé sa politique de mécénat de compétences et propose désormais à chaque salarié d'utiliser une journée par an déduit de son temps de travail pour accompagner l'association de son choix.

2.3.1.2. Favoriser la santé, la sécurité et la qualité de vie au travail

2.3.1.2.1. Contexte

Soucieux de prévenir les risques liés à la santé ainsi qu'à la sécurité au travail de ses collaborateurs, diverses actions sont déployées par le Groupe.

En outre, qualité de vie et bien-être sont des vecteurs d'engagement et des valeurs permettant d'offrir les meilleures conditions de travail, et donc de réussite aux collaborateurs. C'est pourquoi ces deux éléments sont les fondements sur lesquels la politique des ressources humaines du Groupe se développe.

Le Groupe entend ainsi contribuer à son échelle à l'Objectif de Développement Durable n°3, qui est de permettre à tous de vivre en bonne santé et de promouvoir le bien-être de tous à tout âge, en s'assurant de son respect au sein des effectifs qui composent le Groupe.

2.3.1.2.2. Indicateurs de performance

Le Groupe mène un plan d'action sur la santé et la sécurité de ses collaborateurs, destiné notamment à réduire le taux d'absentéisme au sein des effectifs. En 2023, il s'élève à 4,24 %, et le Groupe ambitionne de le faire baisser de manière continue. Depuis 2023, de nouveaux projets ont vu le jour afin de favoriser davantage la qualité de vie au travail, notamment visibles à travers l'accroissement du nombre d'animations proposées aux collaborateurs au sein de l'entreprise (cours de sport, petits-déjeuners etc.).

Indicateur de performance	2021	2022	2023	Évolution n-1
Taux d'absentéisme	8,69 %	5,39 %	4,24 %	-1,15 pts

Le Groupe s'engage également sur la qualité de vie au travail, afin que les collaborateurs présents au sein du Groupe se sentent pleinement épanouis au quotidien.

Notamment, le Groupe souhaite permettre à ses salariés de s'engager au quotidien dans diverses causes qui leur tiennent à cœur, afin d'accroître le sens de leurs missions et potentiellement développer de nouvelles compétences. En 2023, ce sont 12,5 % de collaborateurs qui ont réalisé au moins une activité civique au cours de l'année. Cette augmentation significative s'explique notamment par la mise en place du mécénat de compétences au sein de l'entreprise grâce à notre partenaire Day One.

Indicateur de performance	2021	2022O	2023	Évolution
Pourcentage de collaborateurs ayant réalisé au moins une activité civique au cours de l'exercice (nouveau sur l'exercice 2022, cet indicateur ne dispose pas de donnée 2021Oz)	-	6,8 %	12,5 %	+5,7 pts

2.3.1.2.3. Plan d'action

- Santé et sécurité**

L'année 2022 marque une première étape pour le Groupe qui a pu permettre à l'ensemble des collaborateurs de revenir sur site de manière permanente, et ce à hauteur de deux jours par semaine minimum pour les salariés bénéficiant du télétravail. Depuis octobre 2023, le nombre de jours de présence sur site est passé à 3 jours. Ce mode de travail hybride offre aux collaborateurs une flexibilité accrue, dans le but de favoriser l'équilibre vie professionnelle – vie personnelle et de réduire les risques psycho-sociaux engendrés par une réduction du lien social.

Par ailleurs, depuis 2021, un plan de santé et sécurité spécifique aux activités de logistique, plus fortement exposées aux risques, a été déployé au sein des entrepôts du Groupe. Les objectifs du plan sont notamment les suivants :

- **Favoriser la réduction des accidents de travail et le recours aux premiers soins**, grâce au déploiement d'équipements techniques sécurisés et une sensibilisation accrue des collaborateurs ; et
- **Améliorer les conditions de travail**, grâce au développement de la polyvalence des équipes techniques afin de réduire les troubles musculosquelettiques ainsi que la formation du personnel aux bonnes pratiques de postures ;

- Bien-être au travail**

Depuis 2022, le Groupe s'est engagé encore davantage sur la promotion de la qualité de vie au travail.

Dans un premier temps, la présence d'accords télétravail pour les entités Showroomprivé et Beauté Privée répond à un triple objectif de performances : l'amélioration de la qualité de vie au travail, un meilleur équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle tout en favorisant l'inclusion et la réduction de l'empreinte environnementale du Groupe notamment relative à la mobilité des salariés, autant d'objectifs véhiculés par le projet d'entreprise « Move Forward ».

La mise en place du télétravail de façon pérenne est un projet d'entreprise qui répond à une conviction forte de la Direction et s'inscrit à la croisée des 4 valeurs du Groupe : l'innovation, l'agilité, l'accessibilité et la confiance.

Cette mise en place répondait également à une véritable attente des collaborateurs. Cette organisation de travail hybride permet non seulement de fidéliser ses collaborateurs mais aussi d'attirer de nouveaux talents, grâce au renforcement de l'équilibre vie professionnelle – vie personnelle.

L'année 2023 a par ailleurs permis de renforcer le nombre d'animations en physique, afin de recréer du lien entre les collaborateurs, lors de moments plus informels. Les équipes des ressources humaines, communication interne et RSE ont donc favorisé les animations et événements en phygital dans une perspective d'animation du collectif et également afin de promouvoir l'activité sportive au sein du Groupe.

Tout au long de l'année, les salariés ont ainsi pu participer à différentes animations prévues : cours de sport sur inscription, conférences inspirantes sur les sujets du handicap, de l'économie circulaire, etc. Afin de maintenir une forte motivation et mobilisation des équipes sur les différents sites et de faciliter la communication et le partage d'informations, notamment relative aux évolutions stratégiques et les performances financières de l'entreprise, des prises de parole de la part des dirigeants ont été organisées en 2023. Ces dernières se sont avérées importantes pour le partage d'une vision commune et afin d'apporter des réponses aux questions des salariés.

Une version plus poussée de la Feel Good Week – devenue Feel Good Month en 2023 – a également été déployée. A cette occasion, les salariés de l'ensemble des sites du Groupe (hors The Bradery) ont pu participer à des ateliers bien-être, des séances de sport, des animations de restauration et autres.

Les collaborateurs Showroomprivé ont par ailleurs eu l'occasion de se retrouver de manière informelle lors de la Summer Party de l'été 2023, afin de fêter l'arrivée de la période estivale et de remercier les équipes pour leur travail du premier semestre. Un beau moment d'échange et célébration.

Afin d'encourager la pratique sportive des collaborateurs du Groupe, le CSE de l'entité Showroomprive.com propose des tarifs d'abonnement attractifs avec son partenaire Gymlib, afin de permettre aux salariés bénéficier de l'accès à un réseau fitness étendu sur le territoire français.

Enfin, afin d'accroître le sentiment d'appartenance au Groupe et renforcer le sens des missions quotidiennes des collaborateurs, une plateforme de mécénat de compétences a été déployée en janvier 2023, afin d'octroyer un jour d'engagement par an pour tous les collaborateurs, comme précisé précédemment. L'opportunité est notamment pour eux de continuer à s'engager auprès d'associations partenaires du Groupe, tels que Solidarité Femmes ou encore Odyssea. Le Groupe a pour objectif d'ici 2025 que 20 % de ses collaborateurs réalisent au moins une activité civique au cours de l'année.

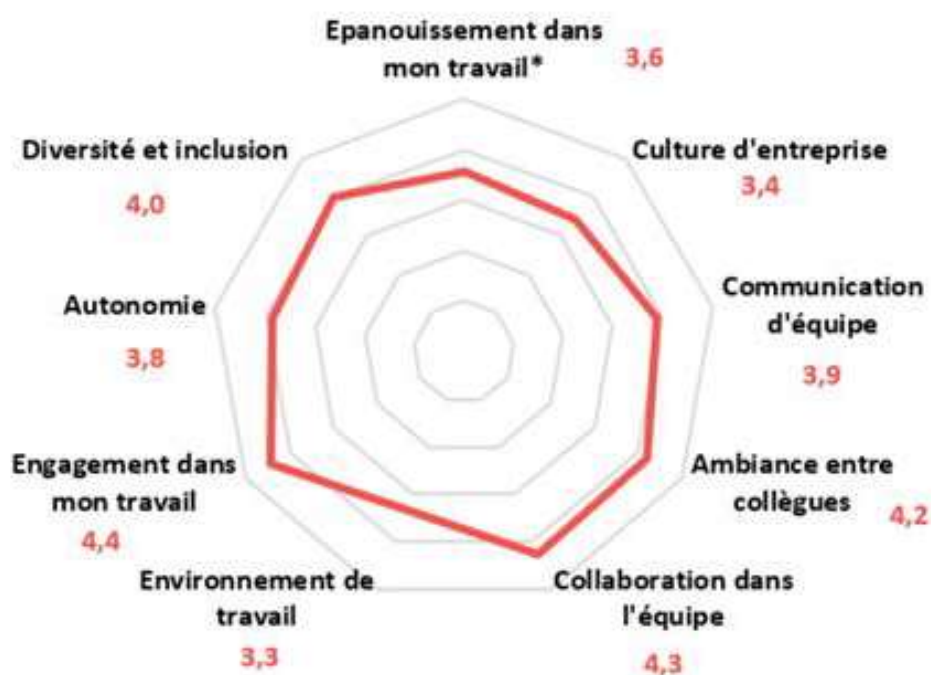
En 2023 le Groupe lance l'initiative "Showroom connect" qui a plusieurs objectifs :

- **Booster la proximité et la cohésion dans les équipes ;**

- Améliorer la qualité de vie au travail ;
- Renforcer le sentiment d'appartenance.

De cela a découlé près d'une trentaine d'évènements internes, que ce soit des afterworks, cours de sport, petits-déjeuners ou autres.

Dans cette dynamique, Showroomprivé a mis en place Poplee Engagement via Lucca, une initiative visant à donner la parole aux collaborateurs à travers des enquêtes régulières, sur des thèmes variés tels que la qualité de vie au travail, la reconnaissance, l'évolution, l'initiative, l'organisation... L'objectif étant de mettre en place des plans d'actions et ainsi d'améliorer l'expérience collaborateur au sein du Groupe Showroomprivé.



L'objectif de cette démarche est de capitaliser sur les points forts et mettre en place des plans d'action pour améliorer le quotidien des équipes. Pour ce faire, deux niveaux de plan d'actions sont déployés :

- **Niveau global**

Showroomprivé crée un « Comité Poplee Groupe » multi-métiers : communication, services généraux, RH et plusieurs managers de différentes Directions. Le comité Poplee Groupe est un comité qui a pour vocation de réunir plusieurs parties prenantes pour analyser, mettre en place des actions correctives qui ont une portée globale. Il se réunit de manière régulière – à

minima deux fois après une enquête pour mettre en place et suivre les actions déployées à la suite de chaque enquête Groupe Poplee engagement.

- **Niveau Local**

Avec les managers via la mise en place de plans d'action pour améliorer des sujets d'équipe.

2.3.1.3. Promouvoir l'inclusion et la diversité dans nos métiers

2.3.1.3.1. Contexte

Le Groupe, en cohérence avec ses valeurs, a pour volonté de favoriser l'inclusion et la diversité au sein de toutes ses activités, et notamment en ce qui concerne les métiers du numérique.

Cela se manifeste au quotidien par la politique de ressources humaines inclusive déployée.

Le Groupe entend ainsi contribuer à son échelle à l'Objectif de Développement Durable n°10, visant à réduire les inégalités, ainsi que le n°5, visant à promouvoir l'égalité entre les sexes, et ainsi s'assurer que les collaborateurs se sentent intégrés au sein du Groupe. Indicateurs de performance

Indicateur de performance	2021	2022	2023	Évolution n-1
Index de l'égalité professionnelle de Showroomprive.com	89	83	88	+ 6,02 %
Pourcentage de femmes managers	54,3 %	53,1 %	53,0 %	-0,1 pts

2.3.1.3.2. Plan d'action

- **Promotion de la diversité dans nos métiers**

La promotion de la diversité au sein des métiers du Groupe est un engagement quotidien qui se traduit notamment dans ses actions destinées à maintenir une forte égalité femmes-hommes et ce en particulier dans l'accès à des postes à responsabilité, et également à promouvoir l'accès à l'emploi des personnes en situation de handicap.

- **Égalité femmes-hommes**

Dans le cadre de sa politique de promotion de la diversité, de l'égalité des chances et ce notamment entre les hommes et les femmes, le Groupe a mis en place plusieurs actions notamment un plan d'action relatif à l'égalité professionnelle entre les Femmes et les Hommes au sein de Showroomprive.com.

Cette initiative s'inscrit dans notre « people strategy » plus précisément dans l'axe « Be Responsible » qui vise à renforcer notre engagement en matière d'équité, de diversité et d'inclusion.

Le plan d'action comporte des mesures concrètes qui couvrent plusieurs domaines clés :

- Le recrutement ;
- La promotion professionnelle ;
- La rémunération effective ;
- L'articulation vie professionnelle vie personnelle ;
- Ainsi que des objectifs de progression dans le cadre de l'Index égalité professionnelle.

Le Groupe est engagé dans la promotion de l'accès des femmes à des postes à responsabilité et les accompagner dans une gestion inclusive, équitable et innovante de la parentalité.

Attentif à la parité dans les postes à responsabilité, le Groupe déploie une politique visant à promouvoir une évolution juste des talents passant notamment par la formation.

L'entreprise a lancé en 2017 un dispositif destiné à soutenir le retour en poste des femmes terminant leur congé maternité au sein de la société Showroomprive.com. Avec ce programme, l'entreprise a souhaité offrir aux futures mamans un dispositif RH adapté, dont l'objectif est de les accompagner pour concilier vie professionnelle et vie personnelle, notamment pendant leur grossesse et après l'arrivée de leur enfant.

Ce dispositif a été revu en 2020 avec le lancement du programme « Family Forward », pour aller encore plus loin dans l'accompagnement des collaborateurs et collaboratrices dans la gestion de leur parentalité.

Le programme se structure autour de plusieurs actions majeures :

- **Accompagner les mamans avant, pendant et après leur grossesse pour gérer au mieux leur maternité.** Ce dispositif passe notamment par l'animation d'ateliers collectifs de préparation aux congés maternité, l'organisation d'un suivi personnalisé de la future maman avec un entretien individuel avec son référent aux ressources humaines et son manager, ainsi que par un accompagnement individuel mené par un coach spécialisé avant ou au moment de son retour en activité, sur la base du volontariat.
- **Favoriser une parentalité apaisée pour tous** notamment via des sessions de sensibilisation semestrielles des managers. Cela passe également par la signature d'un accord télétravail pour un meilleur équilibre vie professionnelle – vie personnelle ou encore la possibilité de bénéficier de 2 jours « enfant malade » rémunérés.

En 2022, pour aller plus loin dans le programme « Family Forward », un partenariat a été initié avec les Petits Chaperons Rouges, un réseau national de crèches, afin de mettre à disposition 15 berceaux auprès des collaborateurs. Une mesure appréciée par les collaborateurs bénéficiaires.

Les seconds parents bénéficient également, dans le cadre de Family Forward, du Parental Act c'est-à-dire de l'allongement du congé d'accueil de l'enfant à 28 jours, et ce depuis le premier semestre de l'année 2021 avant que le cadre légal n'ait évolué.

Afin d'aller plus loin dans son engagement envers les femmes, Showroomprivé a formalisé un partenariat avec la Fédération Nationale Solidarité Femmes lors du 8 mars 2023, à l'occasion de la Journée Internationale des Droits des Femmes.

- **Handicap**

A la suite du diagnostic action handicap effectué en 2021 partenariat avec l'AGEFIPH sur les entités showroomprive.com et SRP logistique et des actions de sensibilisation mises en place en 2022, le Groupe a décidé d'établir au début d'année 2023 une politique handicap "fil rouge", marquée par une série d'actions continues (une par mois) ayant pour but de sensibiliser les collaborateurs et managers sur ce sujet.

Afin d'initier ce projet ambitieux, il a été décidé de sensibiliser les membres COMEX du Groupe dans un premier temps par différentes immersions dans des Etablissements ou Services d'Aide par le travail (ESAT) agissant sur le milieu protégé et permettant à des personnes de différents handicap de s'insérer progressivement dans le milieu ordinaire via le travail.

Cette première sensibilisation du top management a ainsi permis de favoriser une meilleure appropriation de ce sujet par l'ensemble des collaborateurs et ainsi de susciter davantage d'intérêt.

En complément, un groupe d'ambassadeurs inclusion a été formé à la suite d'un appel à candidatures afin de doter le Groupe d'une véritable force de travail dédiée sur ce sujet et d'agir de manière collective. 12 candidats se sont ainsi portés volontaires au cours du mois de juin 2023 avec pour ambition de générer une véritable prise de conscience du sujet du handicap au travail.

Dans ce cadre, 13 actions ont pu être mises en place :

- Trois sensibilisations de différents membres du COMEX en partenariat avec les ESAT : Les Papillons Blancs, l'ESAT Jean Moulin, l'association des Bateaux Mouches.
- Un quizz interactif en ligne sur les différentes formes de handicap et leurs impacts dans le quotidien mis en place avec GAMINO à destination de l'ensemble des collaborateurs des entités showroomprive.com et SRP logistique.
- Une sensibilisation des ambassadeurs inclusion avec l'association Vivre FM à travers la réalisation d'une émission de radio dans un milieu inclusif.
- En complément, les ambassadeurs ont également pu bénéficier d'une formation interne sur les différentes formes de handicap et leur impact en entreprise.
- Une campagne d'affichage interne sur la Reconnaissance de la Qualité de Travailleur Handicapé (RQTH) et ses avantages.
- Une conférence en ligne sur le handicap à destination de l'ensemble des collaborateurs, animée par Florence Alix -Gravellier, ancienne championne tennis handisport.

- Une exposition photo sur le thème du handicap à travers le milieu de la mode sur nos différents sites de La Plaine St Denis, Saint-Witz, Roubaix, les Sables d'Olonne.
- La réalisation de livret d'information sur le handicap en entreprise et les actions mises en place par le groupe pour favoriser l'insertion de salariés en situation de handicap.
- La diffusion en interne et en externe via nos réseaux sociaux professionnels d'interviews vidéo de collaborateurs internes en situation de handicap et d'acteur du sujet œuvrant sur cette thématique.
- La participation à deux émissions radios animées par Vivre FM pour aborder la question du handicap et des actions mises en place dans le groupe.
- Une participation au forum de recrutement "Handiforum" organisé le 12 décembre 2023 par la CCI de Bobigny.

Ces actions ont ainsi permis l'arrivée de salariés en situation de handicap mais également la déclaration de certains collaborateurs présents en situation de handicap dans l'entreprise.

Le Groupe a l'ambition de poursuivre ces actions sur l'année 2024 en continuant de sensibiliser ses collaborateurs et managers mais également de travailler davantage sur le volet externe, notamment le recrutement.

2.3.2. Agir pour l'environnement

2.3.2.1. Faciliter l'accès à une consommation plus responsable pour nos membres

2.3.2.1.1. *Contexte*

Depuis sa création, l'ambition du Groupe en tant qu'acteur majeur de la vente événementielle est de faciliter l'accès à des produits de qualité et de grandes marques à ses membres, notamment à des produits invendus ayant quitté les circuits classiques de distribution, que le Groupe revalorise afin de les rendre de nouveau désirables. En 2023, ce sont plus de 9 millions de pièces qui ont pu être traitées, remises au propre et revalorisées.

Avec le lancement en septembre 2020 de son programme Move Forward, le Groupe a renforcé son ambition de s'inscrire dans une dynamique vertueuse visant à rendre le e-commerce plus inclusif et solidaire, mais également à favoriser l'accès à des produits de consommation plus responsables grâce à des prix plus abordables.

Le Groupe permet ainsi à ses membres d'avoir accès, via un onglet dédié sur sa plateforme en ligne, à des ventes de produits soigneusement choisis pour correspondre à des pratiques plus responsables au regard des enjeux environnementaux, mais également sociaux. Afin de tendre vers un modèle économique plus circulaire et d'anticiper les évolutions des attentes des parties prenantes en matière de performance environnementale, le Groupe a également mené diverses actions depuis 2022, notamment afin d'accroître la durée de vie des produits de ses membres avec le lancement de son programme dédié à la seconde main.

Le Groupe entend ainsi contribuer à son échelle à l'Objectif de Développement Durable n°12 : établir des modes de consommation et de production durables, en permettant aux marques de revaloriser leurs invendus, évitant ainsi leur destruction, mais également en proposant des produits et services plus responsables aux membres.

2.3.2.1.2. Indicateurs de performance

Le Groupe a lancé depuis septembre 2020 son onglet « Move Forward », dédié à une consommation plus responsable, en y intégrant notamment des ventes et des produits sélectionnés en fonction de critères spécifiques (durabilité, respect des ressources, etc...). Une diminution significative du nombre de visites sur l'onglet en 2022 et 2023 par rapport à 2021 est notamment visible en raison du changement de tracking des visiteurs.

Indicateur de performance	2021	2022	2023	Évolution n-1
Nombre de visites sur l'onglet	1,5 million	378.853	178.209	-52,96 %
Nombre de ventes plus responsables	530	510	543	+6,47 %

2.3.2.1.3. Plan d'action

- **Le sens de notre activité : il était une seconde fois...**

L'existence même de notre métier nous plonge directement au cœur de la responsabilité de l'industrie de la mode en matière environnementale.

En rendant de nouveau désirables des millions de pièces jamais portées, grâce à une sélection, une mise en valeur et des prix attractifs, nous leur permettons de rejoindre le circuit d'une consommation plus responsable.

- **Consommation plus responsable, économie circulaire et information du consommateur**

Des onglets dédiés à une consommation plus responsable ont été créés en 2020 sur les sites showroomprivé.com et beauté privée, avec l'ambition d'accompagner le membre dans ses choix de consommation et de faciliter l'identification des produits de consommation ayant une caractéristique environnementale et/ou sociale.

L'onglet « Sélection engagée » du site Showroomprivé.com est composé d'un espace commercial permettant aux membres d'identifier les produits plus responsables.

Les produits présents sur cet onglet dédié font au préalable l'objet d'un processus de sélection spécifique, mis à jour et officialisé auprès des équipes en juin 2021. Des critères de sélection adaptés à chaque typologie de produits ont en effet été définis afin d'encadrer la liste des produits retenus et de garantir la fiabilité des informations et la transparence auprès des membres.

Dix attributs ont ainsi vu le jour, à savoir : biologique, vegan, reconditionné, naturel, zéro déchet, tourisme durable, matériaux écoresponsables, préservation des ressources, fabrication responsable et enfin made in France. Une page descriptive présentant les modalités de sélection des ventes et produits et définissant chacun de ses attributs a également été publiée sur le site pour assurer une transparence auprès des membres. Une information relative à l'attribut retenu est également précisée dans la fiche de chaque produit qui en possède un.

Depuis début 2023, l'initiative Move Forward a été repensée, les attributs changés pour mieux s'adapter à l'offre responsable à valoriser de Showroomprivé. En interne, les procédés, mécaniques, discours commerciaux ont été mis à jour et déployés au cours de cette année. Move Forward devient donc **Showroom Impact** ; avec ses 20 attributs : Made in France, Made in Portugal, Made in Italy, Made in Spain, Made in Netherlands, Made in Belgium, Made in Germany, Made in Poland, Bio, Matériaux faible impact, Fabrication faible impact, Vegan, Economies, Zéro déchet, Recyclé, Reconditionné, Vintage, Seconde main, Occasion et Tourisme durable. Elargir nos attributs nous permet de mieux renseigner nos membres sur les caractéristiques environnementales de notre offre.

Dans le cadre de la refonte de Move Forward qui devient Showroom Impact ; l'onglet « Sélection engagée » est aussi en phase de refonte. Les pages expliquant notre processus de sélection et les engagements de Showroomprivé également.

Notre offre de services de revalorisation appelée « Secondshow » a évolué en 2023. Des changements de partenaires sont en train d'être opérés pour couvrir le plus de catégories possibles et proposer le meilleur service de reprise à nos membres. Ainsi, durant l'année 2023, nous avons récolté plus de 300 000 articles avec notre premier modèle Secondshow. Avec cette refonte, Showroomprivé a l'ambition d'aller plus loin et de permettre à nos membres de revaloriser plus de produits, et de meilleure qualité.

Le Groupe propose également à ses membres une offre de produits de seconde main ainsi que des produits high-techs reconditionnés. L'entité The Bradery a initié en novembre 2022 un partenariat avec OMAJ, une startup incubée par Showroom Startups (anciennement Look Forward), afin de proposer une offre de produits de seconde main sélectionnée avec soin.

Également, le Groupe se conforme à la Loi AGECE dans son ensemble, afin d'intégrer ses activités dans une économie plus circulaire (indice de réparabilité, reprise 1 pour 1, responsabilité élargie du producteur, information du consommateur, info-tri...).

Par ailleurs, avec l'ambition d'inscrire dans une démarche collective ses engagements en faveur du e-commerce durable, le Groupe a signé la Charte d'engagements pour la réduction de l'impact environnemental du commerce en ligne en juillet 2021. Parmi les engagements pris à horizon 2024 figurent des objectifs de transparence à destination de ses membres, notamment en ce qui concerne l'identification des produits les plus responsables.

- **Les activités de Voyage de Showroomprivé**

Ces dernières années, les activités du pôle voyage et loisirs de Showroomprivé tendent à s'intensifier et à présenter une croissance soutenue. Au premier trimestre 2023, les activités du pôle représentent 6 à 7 % de l'activité de Showroomprivé. Fort de ce constat et des engagements en matière de durabilité du Groupe, plusieurs actions en faveur du développement d'un tourisme plus responsable voient le jour.

Les équipes se voient notamment sensibilisées à travers plusieurs ateliers Fresque du Climat. Certains suivent également des formations plus poussées autour du tourisme plus responsable via l'association ATR (Agir pour un Tourisme Responsable) dont Showroomprivé est signataire depuis 2023. A cela s'ajoutent plusieurs initiatives marquantes telles que la possibilité de financer des crédits carbone côté membre, auquel Showroomprivé triplera l'abondement, ainsi qu'un travail sur un affichage des émissions de CO₂ liées au voyage qui devrait voir le jour en 2024.

En parallèle, le pôle renforce son engagement RSE en proposant à ses membres de soutenir la Fondation « Je pars, Tu pars, Il part » lors de l'achat d'un voyage ou d'une activité de loisirs. Cette association a pour objectif d'aider les familles les plus vulnérables à bénéficier de moments privilégiés en vacances.

2.3.2.2. Limiter l'empreinte environnementale de nos activités

2.3.2.2.1. Contexte

Les activités de logistique sont au cœur des activités du Groupe. Elles constituent une expertise majeure sur laquelle le Groupe a su capitaliser et représente ainsi un véritable atout dans son évolution.

Le Groupe a conscience des externalités environnementales négatives engendrées par ses activités logistiques, notamment liées à l'expédition des commandes aux membres.

Après avoir réalisé le premier bilan des émissions CO₂ engendrées par ses activités et renforcer la structure de la gouvernance des enjeux environnementaux et sociétaux, le Groupe a poursuivi ses efforts en 2023 en menant les travaux pour un troisième bilan carbone, qui va lui permettre de s'engager en 2024 sur de nombreuses actions de réduction à horizon 2030.

Le Groupe entend ainsi contribuer à son échelle à l'Objectif de Développement Durable n°13 : *prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions, réduisant les émissions de CO₂ liées à son activité.*

2.3.2.3. Indicateurs de performance

La consommation d'énergie et les émissions de CO₂ associées par salarié ont augmenté de 5,6 % d'une part, et de 21,95 % d'autre part en 2023. Ces résultats sont la conséquence notamment de l'intégration de The Bradery dans notre périmètre, mais également de la prise en compte des consommations de carburant générées par notre flotte de véhicules.

Indicateur de performance	2021	2022	2023	Évolution n n-1
Consommation d'énergie par salarié (MWh)	6,77	5,32	5,62	+5,6 %
Consommations de carburant (L)	-	34 365	46 204	+34,45 %
Émissions de CO ₂ associées par salarié (T eq CO ₂) ²	1,08	0,82	1,00	+21,95 %

En parallèle de ces informations, l'actualisation du Bilan Carbone du Groupe pour l'année 2023 a permis de comptabiliser un total de 27 189 tonnes de CO₂eq pour la partie fret, avec 20 495 t.CO₂eq pour le fret amont et 6 694 t.CO₂eq pour le fret aval³.

Indicateur de performance	2021	2022	2023	Évolution n n-1
Proportion d'emballages recyclables utilisés pour l'expédition des commandes	97,2 %	98,6 %	99,6 %	+ 1,0 pts
Part de matière recyclée dans les emballages d'expédition	60 %	91,2 %	95,7 %	+ 4,5 pts

Le Groupe poursuit ses engagements relatifs à ses emballages d'expédition, ayant pour objectif d'atteindre 100 % d'emballages recyclables d'ici 2024.

Indicateur de performance	2021	2022	2023	Évolution n n-1
Quantité totale de déchets émis sur site par salarié en tonnes	0,870	1,27	0,9	-29,09 %

L'année 2023 est par ailleurs marquée par une réduction des déchets générés par salarié de plus de 20 %, notamment en raison d'un changement d'utilisation d'un des entrepôts de Showroomprivé. Désormais, l'un de ses entrepôts qui lui servait jusqu'alors pour le stockage, est utilisé dans les activités de production du Groupe.

2.3.2.3.1. Plan d'action

Le Groupe a mené un bilan carbone destiné à calculer les émissions de CO₂ émises lors des exercices 2019, 2021 et 2023, afin de déterminer les postes d'émissions les plus importants et de mettre en place un plan d'action afin de réduire leur intensité à horizon 2030.

² La consommation énergétique sur les sites se compose d'électricité et de gaz naturel. Celle-ci est exprimée en MWh (PCS pour le gaz naturel) et traduite en tonnes équivalent CO₂, en utilisant les facteurs d'émission CO₂ moyen des pays au sein desquels le site est implanté selon la base ADEME.

³ Hors transporteur La poste italienne sur le fret aval.

Exclusion faite des produits revendus qui ne sont pas fabriqués par le Groupe, les postes d'émission les plus consommateurs au sein du Groupe sont notamment le fret et l'énergie liée à l'utilisation de nos bâtiments. Le Groupe a ainsi souhaité prioriser ces sujets majeurs relatifs à l'impact environnemental de ses activités.

A cet effet, le Groupe s'est fixé comme objectif de renforcer la mesure de ses émissions de CO₂ en renouvelant la réalisation d'un Bilan Carbone® en 2022.

Le Groupe travaille également sur un plan d'action lié au transport, en lien avec les engagements qu'il a pris lors de la signature de la Charte d'engagements pour la réduction de l'impact environnemental du commerce en ligne en juillet 2021.

Lors de sa signature en 2021, cette charte réunit quatorze acteurs du commerce en ligne, la fédération du e-commerce en ligne et de la vente en distance (FEVAD), ainsi que l'État, représenté par le ministre de la Transition écologique et le Secrétaire d'État chargé de la Transition numérique et des Communications électroniques.

Les 10 engagements concrets de la Charte sont organisés autour de quatre axes majeurs :

- **Information du Consommateur** : sensibiliser et informer le « Consomm'Acteur »
- **Emballages** : réduire le volume d'emballages et favoriser le réemploi
- **Entrepôts et livraisons** : s'appuyer sur une logistique respectueuse de l'environnement
- **Suivi** : rendre compte de la mise en œuvre des engagements.

Afin également de sensibiliser les collaborateurs sur ces sujets, le Groupe a organisé la semaine du développement durable en septembre 2023 auprès de ses différentes entités, avec au programme :

- Un atelier upcycling animé par le Fashion Green Hub pour sensibiliser les collaborateurs à l'économie circulaire ;
- Un atelier Fresque du climat pour éveiller l'esprit collaboratif des collaborateurs, le tout en décryptant les enjeux du réchauffement climatique ;
- Le lancement d'un réseau d'ambassadeurs RSE afin de fédérer autour de nos engagements et de diffuser nos valeurs de durabilité au sein de l'entreprise.

- **Energie**

Sur le volet **consommation d'énergie**, le Groupe a pour ambition de mener à bien des diagnostics énergétiques sur ses sites et d'intégrer progressivement les énergies renouvelables dans son mix énergétique, actions qui vont être menées sur les différents sites à horizon 2024.

En 2022, le Groupe a initié, à la suite de la hausse du coût de l'énergie et des risques de tensions sur le réseau électrique français, un **plan de sobriété énergétique**, aligné avec les recommandations du Gouvernement.

Le Groupe s'est en effet engagé à réduire de 10 % sa consommation d'énergie à horizon 2024, et ce par le biais de différentes actions :

- Les températures de tous les bureaux ont été maintenues dès octobre 2022 à 19°C. Au sein des entrepôts, la température se situe autour de 17°C ;
- Des ambassadeurs énergétiques ont été désignés au sein de chaque site du Groupe, afin de pouvoir suivre de manière opérationnelle le déploiement du plan et pouvoir échanger avec les équipes dirigeantes sur les mesures prises ;
- Le Groupe est également équipé d'ampoules LED sur une grande partie de ses sites ;
- Comme indiqué précédemment, des diagnostics énergétiques vont être réalisés sur les différents sites afin d'identifier des actions destinées à réduire d'autant plus nos consommations ; et

Enfin, des sensibilisations vont être effectuées auprès des collaborateurs afin de les former aux écogestes.

- **Transport**

Sur le volet transport, il convient de souligner que le Groupe n'opère pas directement le service de transport mais travaille avec des prestataires extérieurs.

Dans le but de prévenir les risques opérationnels liés au réchauffement climatique, le Groupe s'est attaché à initier un dialogue récurrent avec ses principaux prestataires logistiques et de transport, notamment pour appréhender les engagements et stratégies de réduction des émissions de gaz à effet de serre de ces derniers. Le Groupe a pour objectif de maintenir ces échanges avec ses principaux prestataires pour rester au fait de leurs engagements et aller plus loin dans une démarche d'amélioration commune.

Par ailleurs, la réalisation du premier Bilan Carbone® mené par le Groupe sur ses activités 2019 lui a permis d'avoir une première mesure des émissions carbone engendrées par ses activités de transport. Le Groupe va pouvoir consolider cette mesure avec la réalisation de son troisième Bilan Carbone®.

Le Groupe s'est également engagé, via la signature de la charte d'engagements pour la réduction de l'impact environnemental du commerce en ligne, à davantage de transparence avec ses clients concernant l'empreinte environnementale de ses activités et à favoriser le développement de modes de livraison décarbonés.

Il travaille en effet au déploiement sur ses sites d'une solution permettant au client de faire appel à des prestataires ayant recours à des méthodes de transport douces sur le dernier kilomètre dans les zones urbaines. Une phase d'industrialisation sera initiée en fonction de la pertinence environnementale, l'appétence des clients pour ces solutions et la faisabilité opérationnelle.

Avec pour objectif d'optimiser les taux de chargement des camions des transporteurs partenaires, le Groupe a initié en 2021 des tests de chargements dit « en vrac », qui permettent de réduire le vide dans les camions et ainsi de charger plus de colis. Le chargement en vrac a été généralisé en 2022 sur un entrepôt logistique avec Colissimo, représentant 6 % des flux d'expédition du Groupe au 31/12/2022. L'objectif d'étendre ce dispositif de chargement « en vrac » à de nouveaux entrepôts logistiques s'est matérialisé en novembre 2023 pour deux de nos dépôts internes représentant 13 % de nos flux. Ce mode de chargement comporte plusieurs avantages : (1) nous optimisons le chargement des camions ce qui permet, à terme, d'en réduire le nombre et donc l'impact carbone associé ; (2) nous réduisons le nombre de consommables utilisés (notamment les palettes).

Par ailleurs, le projet d'informer directement les membres de l'empreinte carbone de chaque livraison qui lui est proposée dans le tunnel d'achat sur le site de Showroomprivé a vu le jour en 2023 comme annoncé l'année passée.

- **Emballages**

Un des impacts environnementaux des activités de e-commerce réside dans le recours aux emballages nécessaires à l'expédition des commandes aux membres.

La réduction des déchets émis à la source et la revalorisation des consommables mais également la migration vers une économie plus circulaire constituant un axe d'action prioritaire, un plan d'action visant à repenser les choix d'emballages d'expédition des produits a été mené avec les équipes Opérations du Groupe.

Le Groupe s'est fixé deux objectifs majeurs d'ici 2024 :

- Atteindre 100 % d'emballages d'expédition recyclables, recyclés ou réutilisables ; et
- Atteindre 75 % de matière recyclée dans les emballages d'expédition du Groupe.

A cet effet, plusieurs actions ont été menées en 2022 et poursuivies en 2023 afin de repenser les pratiques et atteindre ces objectifs :

- Suppression des adhésifs scotchs et des solvants sur les colis expédiés par nos entrepôts détenus en propre. Ils ont été remplacés par une bande gommée papier et des solvants naturels à base d'eau. L'objectif est de généraliser cette pratique aux entrepôts prestés.
- Suppression de nos calages en plastique sur la majorité de nos sites en le remplaçant par un calage papier 100 % recyclé et 100 % recyclable. Plus de 40 machines de calage sont déployées sur nos sites internes et externes.
- Le Shipped In Own Container (SIOC) a été privilégié au sein du réseau d'expédition du Groupe afin de réduire le suremballage. Le SIOC est une technique d'emballage qui permet au produit commandé d'être expédié au client dans son emballage d'origine, sans qu'aucun emballage supplémentaire ne soit nécessaire.

- **Déchets**

La gestion des déchets est l'un des axes d'action prioritaire du Groupe, qui entend uniformiser la méthode de suivi des déchets émis et réduire le nombre de collectes en densifiant les déchets d'ici 2024.

Depuis 2022, le Groupe a pu installer le tri sélectif au sein de ses bureaux situés à Roubaix et aux Sables d'Olonne avec les partenaires Lemon Tri et Elise, afin d'optimiser la revalorisation de ses déchets.

2.3.2.4. Soutenir l'innovation responsable pour transformer les pratiques

2.3.2.4.1. Contexte

Convaincu que l'accélération des cycles d'innovation dans une économie numérique détermine la croissance et l'avenir d'un projet entrepreneurial, le Groupe a toujours mis un point d'honneur à faire de l'innovation une valeur clé de son développement.

Le Groupe souhaite aller au-delà de sa propre progression et faire rayonner ses savoir-faire en soutenant les projets innovants et l'esprit entrepreneurial des industries de la mode, du retail et de la beauté avec l'ambition de contribuer à l'évolution de ces écosystèmes.

C'est pourquoi le Groupe a lancé en 2015 un programme d'incubation gratuit « Look Forward » visant à accompagner chaque année une vingtaine d'entrepreneurs engagés qui ont la volonté de faire évoluer les secteurs de la mode, de la beauté et du retail, vers des pratiques plus responsables pour l'environnement. L'année 2023 est ponctuée de changements, à commencer par le changement de nom de l'incubateur « Look Forward » en « Showroom Startups ».

2.3.2.4.2. Indicateur de performance

En décembre 2022, ce sont 2 startups qui ont été sélectionnées pour un accompagnement d'une année, soit 113 depuis la création du programme. Une sélection restreinte pour une proximité accrue avec notre activité et nos métiers. D'autres startups viendront rejoindre la sélection début 2023.

Indicateur de performance	2021	2022	2023	Évolution n-1
Nombre d'entrepreneurs accompagnés depuis le début du programme	111	113	118	+4,42 %

2.3.2.4.3. Plan d'action : l'accompagnement d'entrepreneurs engagés
à travers le programme Showroom Startups

Le programme rebaptisé en 2023 Showroom Startups est un véritable accélérateur porté par le Groupe depuis 2015 et qui accompagne chaque année gratuitement et sans prise de participation jusqu'à 5 startups avec l'ambition de soutenir leur développement.

Les projets accompagnés bénéficient de nombreux avantages pour développer leur projet dans les meilleures conditions, tout en profitant de l'écosystème de Showroomprivé.

En effet, les entrepreneurs sélectionnés peuvent non seulement être hébergés gratuitement dans les locaux de Showroomprivé mais également bénéficier d'un accompagnement personnalisé et sur-mesure pendant leur année d'incubation.

Cet accompagnement passe notamment par des rencontres récurrentes avec l'équipe de l'Incubateur, l'organisation d'ateliers thématiques hebdomadaires animés par des experts, l'organisation d'évènements ponctuels visant à favoriser leur développement ainsi que des mises en relation avec le réseau de partenaires de l'Incubateur. En 2023, une autre nouveauté du programme est à noter : la possibilité pour elles de tester leur solution à grande échelle, avec Showroomprivé.

Des rencontres individuelles régulières et sur demande sont également organisées entre les fondateurs des startups et les collaborateurs de l'entreprise, qui peuvent leur accorder un peu de leur temps de travail pour les aider à gagner en capacité opérationnelle sur des sujets spécifiques.

Les startups bénéficient enfin de services à forte valeur ajoutée grâce à l'écosystème de Showroomprivé, tels que la réalisation d'interviews vidéo, d'un shooting photo, ou des mises en avant régulières sur les plateformes e-commerce du Groupe.

La sélection des startups incubées est un processus qui s'étale sur plusieurs mois et qui a pour objectif d'évaluer la maturité du projet et ses perspectives d'évolution via une première pré-sélection et un jury interne à la suite duquel les fondateurs des projets retenus sont invités à *pitcher* devant un jury d'experts de Showroomprivé.

Le Groupe Showroomprivé est par ailleurs très fier de son réseau d'incubés, qui a levé plus de 45 millions d'euros autour de ses projets à impact, et a créé plus de 1.000 emplois au sein de ses structures depuis la création de l'Incubateur.

2.3.3. Agir responsable et solidaire

2.3.3.1. Assurer la prise en compte des enjeux de développement durable et d'éthique en responsabilisant nos équipes

2.3.3.1.1. Contexte

En tant qu'acteur du e-commerce engagé à agir de manière responsable, sociale, durable et éthique, le Groupe s'investit dans une démarche éthique des affaires.

Le Groupe adhère au Code professionnel de la FEVAD visant à agir en faveur du développement durable et éthique du commerce électronique.

Le Groupe entend contribuer également à l'Objectif de Développement Durable n°16 des Nations Unies relatif à la paix, la justice et institutions efficaces, en luttant contre la corruption, le non-respect des droits de l'Homme, en assurant une protection efficace des données personnelles traitées et une prise en compte du développement durable dans ses activités.

Afin de répondre à ces engagements en matière éthique et développement durable, le Groupe a mis en place des programmes de compliance afin de promouvoir l'éthique des affaires pour l'ensemble de ses parties prenantes.

2.3.3.1.2. Indicateurs de performance

Indicateur de performance	2021	2022	2023	Évolution n-1
Part de collaborateurs formés sur la lutte contre la corruption *				
*applicable aux salariés ayant une activité avec des partenaires externes	46 %	67 %	37 %	-30 pts

En 2023, le Groupe a mis à jour son dispositif de formation sur la lutte contre la corruption afin de sensibiliser les collaborateurs les plus exposés aux risques de corruption.

Cette mise à jour du dispositif de formation a entraîné une diminution du taux de participation en 2023 de l'ordre de 30 points. Afin d'améliorer le taux de participation à la formation, un plan d'animation et de suivi sera mis en œuvre en 2024.

En 2024, un module e-learning sur la politique anticorruption du Groupe sera développé et mis à disposition de l'ensemble des collaborateurs du Groupe.

Indicateur de performance	2021	2022	2023	Évolution n-1
---------------------------	------	------	------	------------------

Nombre d'alertes reçues sur le dispositif d'alerte anti-corruption

0

0

0

-

Le dispositif d'alerte mis en place par le Groupe est interne à celui-ci et permet aux salariés de signaler les conduites/situations contraires au code de conduite de Showroomprivé.

En 2023, le dispositif d'alerte interne est disponible à l'ensemble des salariés du Groupe afin de permettre de signaler toute violation au Code de conduite de Showroomprivé. Aucune alerte n'a été reçue sur le dispositif d'alerte cette même année. Ce dispositif d'alerte est rendu accessible aux collaborateurs dans le Code de conduite et est communiqué lors de la formation.

En 2024, le dispositif d'alerte interne sera mis à jour afin et fera l'objet d'une communication augmentée auprès des parties prenantes internes et externes au Groupe.

Indicateur de performance	2020 et 2021	2022	2023	Evolution n-1
Part de collaborateurs formés à la protection des données personnelles*				
*applicable aux salariés jouant un rôle fort dans la collecte et le traitement de la donnée tel que précisé dans la note méthodologique	44 %	77 %	38 %	-39 pts

En 2023, ce sont 38 % des salariés qui ont été formés à la protection des données personnelles par le service juridique du Groupe notamment. La diminution significative sur cet indicateur s'explique notamment par la refonte du processus de formation sur la protection des données personnelles.

2.3.3.1.3. Plan d'action

En 2022, le Groupe Showroomprivé a poursuivi sa démarche pour assurer et appliquer des principes et valeurs éthiques à la conduite de l'ensemble de ses activités.

Cela s'est notamment traduit par la poursuite des actions mises en œuvre dans la lutte contre la corruption, le respect du droit de la concurrence et la protection des données personnelles.

- **Ethique et lutte contre la corruption**

Conformément à la loi du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique, le Groupe a mis en place un programme éthique et conformité anticorruption autour des piliers suivants :

- **Code de conduite** : Un code de conduite Showroomprivé à destination des salariés est diffusé à l'ensemble des collaborateurs du Groupe par e-mail et remis à tous les

nouveaux arrivants lors de leur intégration. Ce Code précise les principes éthiques fondamentaux applicables au sein du Groupe ainsi que les réflexes à adopter en cas de violation de ce Code. En 2024, ce Code de conduite sera mis à jour.

- **Formation et sensibilisation**: En 2023, une revue du dispositif de formation a été effectuée en définissant une nouvelle méthode d'identification des populations sensibles. Cette revue a permis d'identifier de nouvelles fonctions étant considérées comme les plus exposées aux risques de corruption pour permettre une couverture complète des populations dites sensibles. Ont été identifiées comme telles les collaborateurs en charge de la négociation et la passation des contrats relevant des fonctions opérationnelles du Groupe suivantes: achats, commerciales, régie SRP Média, logistique, IT. Les collaborateurs identifiés ont bénéficié d'une formation en présentiel afin de leur permettre de mieux appréhender les risques. Par ailleurs, le format de la formation a été modifiée d'un e-learning en une session en présentiel pour les membres du Comex et une session en visioconférence pour les autres populations identifiées comme étant les plus à risques. Le contenu de la formation vise à sensibiliser les collaborateurs les plus exposés aux risques de corruption aux règles de lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts dans le cadre des obligations auxquelles Showroomprivé est soumise.

En 2024, le Groupe souhaite mettre en place un e-learning disponible à l'ensemble des collaborateurs du Groupe.

- **Dispositif d'alerte interne**: En 2023, tout collaborateur du Groupe a eu accès au dispositif d'alerte interne pour signaler toute violation au Code de conduite de Showroomprivé. En 2024, une revue de ce dispositif est prévue afin de le mettre en conformité avec la loi du 21 mars 2022 visant à améliorer la protection des lanceurs d'alerte.
- **Cartographie des risques**: Dans le cadre de la démarche de cartographie des risques Groupe, un projet de qualification des risques anticorruption est prévu pour 2024.
- **Procédures d'évaluation des tiers**: le Groupe intègre systématiquement dans les contrats avec les tiers (fournisseurs, marques partenaires, etc) une clause anti-corruption afin de s'assurer que les tiers acceptent les engagements éthiques du Groupe.
- Contrôles comptables: un ensemble de contrôles comptables sont assurés afin de prévenir les actes de corruption.
- **Régime disciplinaire**: un dispositif de sanctions disciplinaires prévoit de sanctionner le non-respect par les collaborateurs les principes définis dans le Code de conduite Showroomprivé.

- **Protection des données personnelles**

D'autre part, compte tenu de l'activité du Groupe, le respect de la réglementation relative aux données personnelles est au cœur des préoccupations internes. Afin de faire face aux risques liés à la sécurité des données, le Groupe a mis en place des procédures spécifiques composées des mesures suivantes :

1. *Désignation d'un délégué à la protection des données et création d'une cellule Privacy*

Conformément au Règlement Général pour la Protection des Données (règlement UE 2016/679), un délégué à la protection des données a été nommé au niveau du Groupe afin d'assurer la protection et la sécurité des données personnelles, ainsi que la conformité du Groupe au Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD). Une Cellule Privacy composée du Délégué à Protection des Données (DPO), du Responsable de la sécurité des systèmes d'information et de deux juristes, se réunit deux fois par mois pour échanger et traiter les sujets liés aux données personnelles remontés par les différentes équipes du Groupe.

2. *Relations avec les fournisseurs*

En tant que responsable de traitement, Showroomprivé a également mis en place une clause d'audit dans ses contrats avec ses fournisseurs et prestataires de services (tels que les prestataires informatiques, les prestataires logistiques, les prestataires de la relation clients, etc.), notamment avec les sous-traitants (au sens du RGPD), afin de s'assurer que le traitement des données personnelles soit effectué en conformité avec le RGPD.

Des mesures de sécurité et systèmes de contrôle ont également été mis en place pour compléter ce dispositif, par exemple des normes et procédures de configuration des pare-feux et des routeurs déployés afin de se prémunir contre les accès non autorisés depuis des réseaux non fiables ou la mise en place d'applications permettant la détection de transactions suspectes en temps réel.

Une politique stricte de protection des données des membres est également en place, visant à s'assurer de la bonne conservation des données et de leur suppression effective lorsque celles-ci ne sont plus nécessaires au regard de la finalité pour lesquelles elles ont été collectées.

Des formations des collaborateurs aux questions de sécurité informatique et de respect des règles en matière de protection des données personnelles sont menées chaque année.

Le Groupe a par ailleurs dispensé un e-learning et formé les fonctions considérées comme acteurs de la donnée à savoir les ressources humaines, service client, transport et logistique, marketing et business Intelligence ainsi que la régie SRP Média. L'objectif pour les années à venir est de déployer ces formations à un maximum de collaborateurs du Groupe acteurs de la donnée, et de prévoir un rappel annuel.

- **Respect du droit de la concurrence**

Dans le cadre de ses activités, Showroomprivé est confronté à des situations avec ses fournisseurs dans lesquelles il est impératif que les règles du droit de la concurrence soient respectées.

Afin de prévenir toute pratique anti-concurrentielle et/ou entente, le Groupe a mis en place des sessions de sensibilisation des collaborateurs les plus susceptibles d'être exposés à ce type de situation depuis 2022.

- **Respect des droits humains**

Au regard de l'activité principale du Groupe en tant que plateforme de distribution et de sa localisation (sur son périmètre juridique, excluant l'activité des marques distribuées), le respect des droits humains par les fournisseurs du Groupe est considéré comme étant un risque non prioritaire pour le Groupe.

Par ailleurs, la direction Relation client de SRP Groupe collabore avec deux sociétés, prestataires de services clients opérant leurs activités en France, au Portugal, au Maroc, à Madagascar et en Serbie. Dans ce cadre, le Groupe partage avec ses partenaires des référentiels et guides décrivant les critères requis lors des relations avec le consommateur. L'équipe dédiée à la formation et à la qualité au sein de la direction Relation client forme et sensibilise les équipes sur place aux gestes métier et aux situations inacceptables.

- **Politique fiscale du Groupe**

Au regard de l'activité du Groupe et de sa localisation, l'évasion fiscale est jugée comme étant un risque non applicable. En effet, le Groupe ne dispose d'aucune structure dédiée à des schémas d'évasion fiscale et ne procède à aucun mécanisme dont l'objet serait d'éluder l'impôt de quelque nature qu'il soit. Le Groupe procède aux paiements de tous impôts et taxes dus dans chacun des pays dans lesquels il est enregistré et/ou implanté, notamment en France, en Italie, en Espagne, au Maroc. La Direction fiscale du Groupe s'assure que toutes les sommes dues au titre de la fiscalité applicable dans chacun des pays dans lesquels il est implanté et/ou enregistré sont réglées dans les délais légaux. En 2022, le Groupe a réalisé une cartographie de ses risques fiscaux et dispose également d'une Piste d'Audit Fiable pour garantir l'authenticité, la traçabilité et la lisibilité des transactions entrant dans le périmètre de la TVA française. Le Groupe dispose également d'une documentation de prix de transfert contemporaine dont l'objectif est d'assurer la pleine concurrence de ses transactions intragroupe.

- **Showroom Impact et développement durable**

Afin d'anticiper toute nouvelle disposition réglementaire et s'y conformer, il est également important de mentionner que le département RSE et le département Juridique mènent une veille réglementaire quotidienne et participent aux groupes de travail juridiques de l'écosystème du e-commerce. Ces deux départements travaillent en étroite collaboration sur les sujets réglementaires liés à la RSE, et ont également pour mission d'informer et de former

les métiers dès lors qu'une nouvelle réglementation entre en vigueur. Le Comité Exécutif bénéficie lui aussi d'une information régulière sur le sujet.

L'un des travaux menés en collaboration entre les deux départements concerne l'onglet anciennement nommé Move Forward, devenu Showroom Impact. En effet, afin de s'assurer que les fournisseurs figurant sur l'Onglet Showroom Impact du site Showroomprive.com – dédié à la consommation de produits plus responsables – respectent des valeurs fondamentales pour le Groupe, une Charte Fournisseur Showroom Impact a été repensée en 2023 depuis la première version et doit notamment être signée, par le biais d'une clause RSE figurant dans les contrats, par les partenaires commerciaux. Cette dernière s'organise notamment autour d'engagements relatifs à la prise en compte des enjeux environnementaux. En parallèle, plusieurs chantiers visant à renforcer nos engagements Ethique et Conformité comprenant également le respect des Droits de l'Homme vont être déployés en 2024.

2.3.3.2. Promouvoir l'inclusion dans les métiers du numérique auprès de notre communauté

2.3.3.2.1. Contexte

Le Groupe est particulièrement engagé face aux enjeux d'inclusion – y compris des personnes les plus défavorisées – et d'égalité femmes-hommes.

Le Groupe entend ainsi contribuer à son échelle à l'Objectif de Développement Durable n°10, visant à réduire les inégalités, ainsi que le n°5, visant à promouvoir l'égalité entre les sexes, en agissant au sein des territoires dans lesquels il opère à travers le Fonds de dotation Showroom Engagé depuis 2023.

2.3.3.2.2. Indicateurs de performance

En 2017, la Fondation de Showroomprivé a été créée et a permis de rendre accessible une formation dédiée aux métiers du e-commerce. En 2023, un nouveau positionnement est adopté en matière d'inclusion et d'égalité, à commencer par la fermeture de l'école et de la Fondation au profit du Fonds Showroom Engagé.

De la première promotion à la neuvième, 177 personnes ont été accompagnées dont 108 qui ont pu trouver un emploi, créer une entreprise, ont pu être acceptées en stage ou ont rejoint une nouvelle formation, soit plus de 61 % des apprenants au total.

Indicateur de performance	2021	2022	Évolution
Nombre d'apprenants accompagnés et formés aux métiers du e-commerce depuis sa création en 2017	159	193	21.4 %

2.3.3.2.1. Plan d'action

- **Le Fonds Showroom Engagé**

La fermeture de la Fondation d'Entreprise au profit du Fonds Showroom Engagé vient recentrer et renforcer l'engagement du Groupe envers les femmes. Cet engagement se structure notamment autour de trois piliers :

- **Pilier n°1 : Agir dans la lutte contre les violences faites aux femmes**
- **Pilier n°2 : Agir pour la santé des femmes et de leurs enfants**
- **Pilier n°3 : Agir dans l'éducation, la formation**

2.3.3.3. Agir en tant qu'e-commerçant solidaire

2.3.3.3.1. Contexte

Le Groupe Showroomprivé a également à cœur de soutenir, les associations d'intérêt général pour accroître son impact positif auprès des causes dans lesquelles il s'engage et sur les territoires où il opère.

Tout au long de l'année, diverses opérations de soutien sont organisées au profit des associations partenaires.

Trois causes majeures, alignées avec les engagements environnementaux et sociaux du Groupe, ont été priorisées depuis 2020 à savoir l'environnement, l'égalité femmes-hommes et l'inclusion.

L'objectif du Groupe est de soutenir de manière récurrente et tout au long de l'année ses associations partenaires, afin de sensibiliser sa base de membres aux actions portées.

Des actions plus ponctuelles ont également été menées avec d'autres associations sur des problématiques plus ciblées.

Le Groupe entend, via ces soutiens associatifs, contribuer à l'Objectif de Développement Durable n°10, visant à réduire les inégalités, en s'investissant sur les différents piliers au sein des territoires où le Groupe a ses activités, principalement en France, et notamment en Ile-de-France, avec une volonté d'extension auprès d'associations situées sur les territoires espagnols, italiens ou encore belges.

2.3.3.3.2. Indicateurs de performance

L'objectif du Groupe est d'assurer au moins 5 événements solidaires sur nos sites e-commerce chaque année. Cet objectif est pleinement rempli

en 2023, puisque 22 événements solidaires ont été organisés sur les sites commerçants du Groupe. Cela s'explique notamment par une nouvelle dynamique impulsée sur l'année, notamment visible par la formalisation d'un partenariat avec la Fédération Nationale Solidarité Femmes.

Indicateur de performance	2021	2022	2023	Évolution n-1
Nombre d'opérations solidaires organisées chaque année sur nos sites de e-commerce et auprès des collaborateurs	11	19	22	+15,79 %

Le Groupe a également récolté 101.563 euros destinés aux associations partenaires, et a maintenu ses soutiens auprès d'associations locales et en lien direct avec ses engagements RSE. Ce montant, bien qu'en baisse par rapport aux années précédentes en raison d'une restructuration de notre politique de soutien, marque l'engagement et la volonté du Groupe de maintenir des liens étroits avec ses associations partenaires.

Indicateur de performance	2021	2022	2023	Évolution n-1
Montants récoltés destinés aux associations partenaires	148.123 €	138.402 €	101.563 €	-26,62 %

2.3.3.3. Plan d'action

• Pilier n°1 : Agir dans la lutte contre les violences faites aux femmes

Soutenir la Fédération nationale Solidarité Femmes

1 femme sur 3 est victime de violences conjugales, dans le monde. 1 femme sur 10 est ou sera victime de violences durant sa vie, quel que soit son âge, son origine ou son milieu social. Le sujet des violences faites aux femmes concerne tout le monde.

Depuis 2023, Showroomprivé soutient la Fédération nationale Solidarité Femmes. Forte d'un réseau de 81 associations spécialisées, et de la ligne nationale d'écoute 3919, elle écoute, met en sécurité, loge et accompagne juridiquement et psychologiquement les femmes victimes de violences et leurs enfants.

Au premier trimestre 2023, Showroomprivé et Beauté Privée se sont engagés à reverser 1€ pour chaque achat effectué sur l'un des deux sites lors de la Journée internationale des Droits des Femmes, le 8 mars. 20 000 euros ont pu être reversés. Cette somme a pu être affectée à deux projets :

- 15 000 euros pour financer des missions terrain pour les enfants co-victimes de violences conjugales. Ces 15 000 euros seront affectés à des missions terrain.
- 5 000 euros pour le 3919 afin de renforcer les capacités d'écoute et permettre d'augmenter la capacité de réponse. Cette somme permet de prendre en charge environ 170 entretiens individuels.

En 2023, 39 840 euros de dons produits a été remis à la FNSF : produits d'hygiène, jouets, vêtements.

Au deuxième semestre 2023, un don de 25 000 euros a été initié au profit de la FNSF à l'occasion du 25 novembre, journée de lutte contre les violences faites aux femmes. Un nouveau concept de vente a également fait son apparition sur le site de Showroomprivé, dans le but de reverser tout ou partie des bénéfices réalisés : les ventes engagées.

Lors de ce temps fort, la première vente engagée a été lancée et l'intégralité des bénéfices ont été reversés à la FNSF.

Sensibiliser et prévenir

Sur plusieurs temps forts durant l'année 2023, nous avons sensibilisé nos collaborateurs et nos clients sur le sujet des violences et les bons gestes à adopter si l'on est victime ou témoin de violence.

Des webinaires à destination de l'ensemble des collaborateurs ont pu être mis en place. Une occasion de discuter avec des Responsables de Pôle Hébergement-Logement de la Fédération Nationale Solidarité sur la cause et sur comment agir.

- **Pilier n°2 : Agir pour la santé des femmes et de leurs enfants**

Depuis plusieurs années, Showroomprivé s'engage dans le cadre d'Octobre Rose, la campagne annuelle destinée à sensibiliser au dépistage du cancer du sein et à récolter des fonds pour la recherche. En soutien à cette édition 2023, la marque a créé aux côtés de l'animatrice Julia Vignali, une collection éphémère, exclusivement mise en vente sur le site de Showroomprivé au mois d'octobre.

En parallèle, Showroomprivé s'engage depuis plusieurs années auprès d'Odyssée, notamment au moment des temps de courses. Ce sont 76 collaborateurs qui se sont mobilisés en 2023 pour soutenir la recherche contre le cancer du sein, en participant à la course et ainsi reversée 1895€.

Le Groupe est également partenaire de la Course Imagine for Margo, Enfants sans cancer où 2500€ ont été reversées pour lutter contre les cancers pédiatriques.

- **Pilier n°3 : Agir dans l'éducation, la formation**

Durant l'année, des groupes de femmes de la FNSF avec l'association SOLFA ou encore des jeunes filles avec L dans la Ville ou des femmes de missions locales avec le programme HTM'ELLE ont visité les locaux et pu échanger avec différents métiers chez Showroomprivé.

D'autres actions pour les années à venir sont en cours de réflexion afin de développer ce dernier pilier d'engagement.

2.4. Tableau de synthèse de chaque indicateur

Indicateurs de performance	2021		2022		2023	Évolution
Effectif du Groupe (hors stagiaires)	1.097		1.119		1,122	+0,27 %
% de salariés d'une filiale française du Groupe	93,8 %		93 %		93 %	0 pts
Part des CDI	91 %		90 %		90 %	0 pts
Taux de rotation	19,5 %		22,7 %		21,7 %	-1,0 pts
Heures de formation/salarié	11 heures 20 minutes		4 heures 22 minutes		1 heure 51 minutes	-*4
Dont femmes (en %)	68 %		46 %		61 %	-*
Dont hommes (en %)	32 %		54 %		39 %	-*
% de salariés en CDI couverts par un entretien annuel	100 %		100 %		100 %	-
Taux d'absentéisme	8,69 %		5,39 %		4,24 %	-1,15 pts
Pourcentage de collaborateurs ayant réalisé au moins une activité civique au cours de l'exercice (nouveau sur l'exercice 2022, cet indicateur ne dispose pas de donnée N-1)	-		6,8 %		12,5 %	+5,7 pts

4 (*) Variation non calculable en raison du changement de périmètre retenu.

2 Déclaration de performance extra-financière

Tableau de synthèse de chaque indicateur

Trust Index® Great Place to Work (nouveau sur l'exercice 2022, cet indicateur ne dispose pas de donnée N-1)	-	69		-
Index de l'égalité professionnelle de Showroomprive.com	89	83	88	+ 6,02 %
Pourcentage de femmes managers	54,3 %	53,1 %	53,0 %	-0,1 pts
Nombre de visites sur l'onglet	1,5 million	378.853	178.209	-52,96 %
Nombre de ventes plus responsables	530	510	543	+6,47 %
Consommation d'énergie par salarié (MWh)	6,77	5,32	5,62	+5,64 %
Consommations de carburant (L)	-	34 365	46 204	+34,45 %
Émissions de CO ₂ associées par salarié (T eq CO ₂) ⁵	1,08	0,82	1,00	+21,95 %
Proportion d'emballages recyclables utilisés pour l'expédition des commandes	97,2 %	98,6 %	99,6 %	+ 1,0 pts
Part de matière recyclée dans les emballages d'expédition	60 %	91,2 %	95,7 %	+ 4,5 pts
Quantité totale de déchets émis sur site par salarié en tonnes	0,870	1.27	0,9	-29,09 %

⁵ La consommation énergétique sur les sites se compose d'électricité et de gaz naturel. Celle-ci est exprimée en MWh (PCS pour le gaz naturel) et traduite en tonnes équivalent CO₂ en utilisant les facteurs d'émission CO₂ moyen des pays au sein desquels le site est implanté selon la base ADEME.

2 Déclaration de performance extra-financière

Tableau de synthèse de chaque indicateur



Nombre d'entrepreneurs accompagnés depuis le début du programme	111	113	118	+4,42 %
Part de collaborateurs formés sur la lutte contre la corruption *	46 %	67 %	37 %	-30 pts
* applicable aux salariés ayant une activité avec des partenaires externes				
Nombre d'alertes reçues sur le dispositif d'alerte anti-corruption	0	0	0	-
Part de collaborateurs formés à la protection des données personnelles*	44 %	77 %	38 %	-39 pts
* applicable aux salariés jouant un rôle fort dans la collecte et le traitement de la donnée tel que précisé dans la note méthodologique				
Nombre d'apprenants accompagnés et formés aux métiers du e-commerce depuis sa création en 2017	159	193	-	-
Nombre d'opérations solidaires organisées chaque année sur nos sites de e-commerce et auprès des collaborateurs	11	19	22	+15,79 %
Montants récoltés destinés aux associations partenaires	148.123 €	138.402 €	101.563 €	-26,62 %

2.5. Note Méthodologique

Le Groupe tient à préciser que les informations suivantes, listées au deuxième alinéa du III. de l'article L. 225-102-1 du code de commerce, ne sont pas jugées pertinentes, compte tenu de la nature des activités du Groupe détaillées ci-avant : lutte contre le gaspillage alimentaire, la lutte contre la précarité alimentaire, le respect du bien-être animal et d'une alimentation responsable, équitable et durable, et enfin les actions visant à promouvoir le lien Nation-armée et à soutenir l'engagement dans les réserves.

Pilier	Enjeu	Risque RSE associé	Indicateur	Périmètre	Définition
AGIR POUR L'HUMAIN	1.1 Participer au développement des compétences et l'employabilité pérenne de nos équipes	Attraction et rétention des talents et capacité du Groupe à soutenir le développement de leurs compétences	Effectif au 31/12	Consolidation financière : Showroomprivé.com (ca. 70,5), SRP Logistique (ca. 15,3 %), Beauté Privée (ca. 2,8 %), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,8 %), Saldi Privati SRL (ca. 2,9 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprive Maroc (0,4 %) et ABC Sourcing, et The Bradery (4,1 %) soit 100 % des effectifs du Groupe.	L'effectif au 31.12 inclut l'ensemble des CDI, CDD, alternants et contrats de professionnalisation. Ce dernier n'inclut pas les stagiaires ainsi que les contrats d'interim.
			Part des collaborateurs en CDI	Consolidation financière : Showroomprivé.com (ca. 70,5), SRP Logistique (ca. 15,3 %), Beauté Privée (ca. 2,8 %), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,8 %), Saldi Privati SRL (ca. 2,9 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprive Maroc (0,4 %) et ABC Sourcing, et The Bradery (4,1 %) soit 100 % des effectifs du Groupe.	La part des collaborateurs en CDI est calculée à partir de l'Effectif au 31/12 et n'inclut pas les stagiaires ainsi que les contrats d'interim.
			Part de salariés d'une filiale française du Groupe	Consolidation financière : Showroomprivé.com (ca. 70,5), SRP Logistique (ca. 15,3 %), Beauté Privée (ca. 2,8 %), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,8 %), Saldi Privati SRL (ca. 2,9 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprive Maroc (0,4 %) et ABC Sourcing, et The Bradery (4,1 %) soit 100 % des effectifs du Groupe.	La part des salariés d'une filiale française du Groupe est calculée à partir de l'Effectif au 31/12 et n'inclut pas les stagiaires ainsi que les contrats d'interim.

			Nombre d'heures de formation par salarié	Showroomprivé.com (ca. 70,5), Beauté Privée (ca. 2,8 %), The Bradery (4,1 %) soit 77,4 % des effectifs du Groupe.	Le nombre d'heures de formation comprend les heures en présentiel, en distanciel et en e-learning de toutes les heures de formations des entités Showroomprivé.com, Beautéprivée et The Bradery. L'indicateur est calculé par rapport aux effectifs moyens (CDI, CDD, alternants et contrats de professionnalisation) de ces mêmes entités sur la période 2023.
			Taux de rotation	Consolidation financière : Showroomprivé.com (ca. 70,5), SRP Logistique (ca. 15,3 %), Beauté Privée (ca. 2,8 %), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,8 %), Saldi Privati SRL (ca. 2,9 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprive Maroc (0,4 %) et ABC Sourcing, et The Bradery (4,1 %) soit 100 % des effectifs du Groupe.	Le taux de turnover est calculé selon la méthode DARES. Ce dernier se calcule à partir de l'effectif moyen et des taux d'entrée (nombre d'entrées en CDI/effectif moyen CDI) et de sortie ; en divisant par deux la somme du taux d'entrée et de sortie. L'effectif moyen est calculé à partir de la somme des contrats de travail à durée indéterminée sur l'année 2023.
			Pourcentage de salariés en CDI couverts par un entretien annuel	Consolidation financière : Showroomprivé.com (ca. 70,5), SRP Logistique (ca. 15,3 %), Beauté Privée (ca. 2,8 %), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,8 %), Saldi Privati SRL (ca. 2,9 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprive Maroc (0,4 %) et ABC Sourcing, et The Bradery (4,1 %) soit 100 % des effectifs du Groupe.	Un entretien annuel est individuel et a lieu une fois au cours de l'exercice pour chaque salarié. Il a pour but de faire le bilan de l'année écoulée et également d'échanger sur le projet professionnel des collaborateurs ainsi que sur leurs objectifs.
	1.2 Favoriser la santé, la sécurité et la qualité de vie au travail	Santé et sécurité des collaborateurs	Taux d'absentéisme	Showroomprivé.com (ca. 70,5), SRP Logistique (ca. 15,3 %), Beauté Privée (ca. 2,8 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et The Bradery (4,1 %) soit 92,9 % des effectifs du Groupe.	Correspond au nombre d'heures d'absence du 01/01/2023 au 31/12/2023 divisé par le nombre d'heures de travail sur cette même période. Les absences incluent les accidents de travail, accidents de trajet et les absences maladie. Sont inclus les absences de l'ensemble des CDI, CDD, alternants et contrats de professionnalisation présents sur l'année. Ce dernier n'inclut pas les stagiaires ainsi que les contrats d'intérim.

	1.3 Promouvoir la diversité et l'inclusion dans nos métiers	Promotion de la diversité, de l'égalité des chances et lutte contre les discriminations et le harcèlement	Pourcentage de collaborateurs ayant réalisé au moins une activité civique au cours de l'exercice (nouveau sur l'exercice 2022, cet indicateur ne dispose pas de donnée N-1)	Consolidation financière : Showroomprivé.com (ca. 70,5), SRP Logistique (ca. 15,3 %), Beauté Privée (ca. 2,8 %), Showroomprime Spain SLU (ca. 3,8 %), Saldi Privati SRL (ca. 2,9 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprime Maroc (0,4 %) et ABC Sourcing, et The Bradery (4,1 %) soit 100 % des effectifs du Groupe.	Cet indicateur rend compte des collaborateurs étant intervenu auprès de l'école du e-commerce afin d'accompagner les apprenants, ceux ayant réalisé une activité de mécénat de compétences associatif et ceux étant intervenus auprès de l'incubateur afin d'accompagner les startups.
			• Index de l'égalité professionnelle	Showroomprivé.com, soit 71,1 % des effectifs du Groupe.	Le groupe Showroomprivé publie son index égalité femmes-hommes, conformément à la Loi du 5 septembre 2018 et au Décret du 8 janvier 2019 prévoyant la méthode de calcul.
			• Pourcentage de femmes managers	Consolidation financière : Showroomprivé.com (ca. 70,5), SRP Logistique (ca. 15,3 %), Beauté Privée (ca. 2,8 %), Showroomprime Spain SLU (ca. 3,8 %), Saldi Privati SRL (ca. 2,9 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprime Maroc (0,4 %) et ABC Sourcing, et The Bradery (4,1 %) soit 100 % des effectifs du Groupe.	Le pourcentage de femmes managers permet d'évaluer la part de femmes parmi les managers. Un collaborateur est considéré comme manager s'il manage au moins un CDI pour qui il réalise les cycles d'entretiens annuels.
AGIR POUR L'ENVIRONNEMENT NT	2.1 Faciliter l'accès à une consommation plus responsable pour nos membres	Capacité du Groupe à anticiper l'évolution des attentes des parties prenantes en matière de performance environnementale	• Nombre de visites sur l'onglet Move Forward	Showroomprivé.com (ca. 70,5 %), SRP Logistique (ca. 15,3 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprime Maroc (0,4 %), soit 86,4 % des effectifs du Groupe.	Le nombre de visites comptabilisé concerne l'onglet Move Forward présent sur le site Showroomprime.com.
			• Nombre de ventes plus responsables	Showroomprivé.com (ca. 70,5 %), SRP Logistique (ca. 15,3 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprime Maroc (0,4 %), soit 86,4 % des effectifs du Groupe.	Le nombre de ventes comptabilisé concerne l'onglet Move Forward présent sur le site Showroomprime.com.
	2.2 Réduire l'empreinte environnementale de nos activités	Risque lié à l'économie circulaire	• Proportion d'emballages recyclables utilisés pour l'expédition des commandes	Showroomprivé.com (ca. 70,5 %), SRP Logistique (ca. 15,3 %), Beauté Privée (ca. 2,8 %), Showroomprime Spain SLU (ca. 3,8 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprime Maroc (0,4 %) et The Bradery (4,1 %) soit 97,1 % des effectifs du Groupe.	Les emballages utilisés pour l'expédition des commandes correspondent aux emballages achetés au cours de l'exercice 2023. Les emballages d'expédition utilisés pour l'activité de drop-shipping ainsi que pour la marketplace ne sont pas comptabilisés dans le périmètre de reporting.

			Part de matière recyclée dans les emballages d'expédition	Showroomprivé.com (ca. 70,5 %), SRP Logistique (ca. 15,3 %), Beauté Privée (ca. 2,8 %), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,8 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprive Maroc (0,4 %) et The Bradery (4,1 %) soit 97,1 % des effectifs du Groupe.	Les emballages utilisés pour l'expédition des commandes correspondent aux emballages utilisés pour l'expédition au client final, achetés au cours de l'exercice 2023. Les emballages d'expédition utilisés pour l'activité de drop-shipping ainsi que pour la marketplace ne sont pas comptabilisés dans le périmètre de reporting. La part de matière recyclée dans les emballages est fonction du poids de chaque emballage.
			Consommation d'énergie et émissions de CO ₂ associées par salarié	Consolidation financière : Showroomprivé.com (ca. 70,5), SRP Logistique (ca. 15,3 %), Beauté Privée (ca. 2,8 %), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,8 %), Saldi Privati SRL (ca. 2,9 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprive Maroc (0,4 %) et ABC Sourcing, et The Bradery (4,1 %) soit 100 % des effectifs du Groupe.	La consommation énergétique sur les sites se compose d'électricité et de Gaz Naturel. Celle-ci est exprimée en MWh et traduite en tonnes équivalent CO ₂ , en utilisant les facteurs d'émission CO ₂ moyen des pays au sein desquels le site est implanté selon la base ADEME. Les données d'émissions de CO ₂ de la flotte sont calculées en estimant les km parcourus à partir des consommations en litres et en appliquant les émissions de CO ₂ des cartes grises.
	- Risques opérationnels liés au réchauffement climatique - Risque lié à la non-conformité réglementaire		Consommations de carburant	Consolidation financière : Showroomprivé.com (ca. 70,5), SRP Logistique (ca. 15,3 %), Beauté Privée (ca. 2,8 %), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,8 %), Saldi Privati SRL (ca. 2,9 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprive Maroc (0,4 %) et ABC Sourcing, et The Bradery (4,1 %) soit 100 % des effectifs du Groupe.	Les consommations de carburant sont obtenues grâce au registre interne de flotte de véhicule que Showroomprivé possède en propre en 2023.
			Quantité totale de déchets émis sur les sites par salarié	Showroomprivé.com (c.a 70,5 %), SRP Logistique (c.a 15,3 %), Beauté Privée (c.a 2,8 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %), et ABC Sourcing, soit environ 88,8 % des effectifs. La donnée chiffrée relative aux déchets collectés des entités Showroomprivé Spain SLU, Saldi Privati SRL et The Bradery ne sont pas intégrées dans le reporting car ne peuvent être quantifiées, mais représentent ensemble environ 10,8 % des effectifs.	Correspond à l'ensemble des déchets émis sur les sites divisé par le total des effectifs du Groupe.

2.3 Soutenir l'innovation responsable pour transformer les pratiques	Capacité du Groupe à anticiper l'évolution des attentes des parties prenantes en matière de performance environnementale	Nombre de startups incubées	Consolidation financière : Showroomprivé.com (ca. 70,5), SRP Logistique (ca. 15,3 %), Beauté Privée (ca. 2,8 %), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,8 %), Saldi Privati SRL (ca. 2,9 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprive Maroc (0,4 %) et ABC Sourcing, et The Bradery (4,1 %) soit 100 % des effectifs du Groupe.	Le nombre de startups incubées correspond au nombre de projets ayant signé une convention d'incubation avec l'incubateur Look Forward au 31.12. Ces dernières seront ensuite accompagnées gratuitement par l'incubateur pendant une durée de 12 mois par l'ensemble des salariés du Groupe.
	3.1 Assurer la prise en compte des enjeux de d'éthique et de respect des données personnelles en responsabilisant nos équipes	Conformité aux lois et réglementations (dont Sapin II) en matière d'éthique et de corruption	Part de collaborateurs formés sur la lutte contre la corruption (applicable aux salariés ayant une activité avec des partenaires externes)	La part de collaborateurs formés sur la lutte contre la corruption est calculée sur l'exercice 2022, et inclut les salariés en CDI et CDD qui occupent les fonctions achats et commerciales, ainsi que SRP Média au 31/12/23.
AGIR RESPONSABLE ET SOLIDAIRE		Nombre de demandes reçues sur le dispositif d'alerte anti-corruption	Consolidation financière : Showroomprivé.com (ca. 70,5), SRP Logistique (ca. 15,3 %), Beauté Privée (ca. 2,8 %), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,8 %), Saldi Privati SRL (ca. 2,9 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprive Maroc (0,4 %) et ABC Sourcing, et The Bradery (4,1 %) soit 100 % des effectifs du Groupe.	Le dispositif d'alerte mis en place par le Groupe est interne à celui-ci et permet aux salariés de signaler les conduites/situations contraires au code de conduite de Showroomprivé.
	Protection de la donnée personnelle	Part de salariés formés à la protection des données personnelles (sur le nombre de collaborateurs ayant un rôle fort dans la collecte et le traitement de la donnée)	Consolidation financière : Showroomprivé.com (ca. 70,5), SRP Logistique (ca. 15,3 %), Beauté Privée (ca. 2,8 %), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,8 %), Saldi Privati SRL (ca. 2,9 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprive Maroc (0,4 %) et ABC Sourcing, et The Bradery (4,1 %) soit 100 % des effectifs du Groupe.	Ces formations RGPD s'adressent aux salariés ayant un rôle fort dans la collecte et le traitement des données. De fait, il s'agit exclusivement des collaborateurs en CDD et CDI des services RH, marketing, relation clients, régie publicitaire et Business Intelligence. Ces services sont éligibles à cette formation car ils sont considérés comme ayant un rôle fort dans la collecte et le traitement des données. Ces formations sont également dispensées aux prestataires externes en relation avec la gestion des données clients, qui sont cependant exclus du périmètre de l'indicateur. Cet indicateur est obtenu en divisant le nombre de salariés ayant suivi la formation RGPD dispensée en interne par le nombre de salariés éligibles à cette formation. Les données reportées concernent les collaborateurs ayant été formés sur l'exercice 2023 uniquement.

	3.2 Promouvoir l'inclusion dans les métiers du numérique auprès de notre communauté	Promotion de la diversité, de l'égalité des chances et lutte contre les discriminations et le harcèlement	Nombre de personnes formées au sein de l'école du e-commerce	Consolidation financière : Showroomprivé.com (ca. 70,5), SRP Logistique (ca. 15,3 %), Beauté Privée (ca. 2,8 %), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,8 %), Saldi Privati SRL (ca. 2,9 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprive Maroc (0,4 %) et ABC Sourcing, et The Bradery (4,1 %) soit 100 % des effectifs du Groupe.	L'école du e-commerce, portée par la fondation d'entreprise, est une formation gratuite aux métiers du e-commerce, principalement à destination de personnes éloignées de l'emploi ou en réinsertion professionnelle originaires du territoire Roubaisien. Le nombre de personnes formées prend en compte l'ensemble des personnes ayant intégré la formation depuis la création de l'école en 2017.
	3.3 Agir en tant que e-commerçant solidaire auprès de notre communauté	Capacité du Groupe à anticiper l'évolution des attentes des parties prenantes en matière de performance sociale.	Nombre d'opérations solidaires organisées chaque année	Consolidation financière : Showroomprivé.com (ca. 70,5), SRP Logistique (ca. 15,3 %), Beauté Privée (ca. 2,8 %), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,8 %), Saldi Privati SRL (ca. 2,9 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprive Maroc (0,4 %) et ABC Sourcing, et The Bradery (4,1 %) soit 100 % des effectifs du Groupe.	Les opérations solidaires incluent sur l'exercice 2023 les collectes de dons effectués auprès des clients du groupe ou encore les opérations de mise en avant des associations qui permettent de reverser une partie du bénéfice de certaines ventes à l'association concernée.
			Montants récoltés destinés aux associations partenaires	Consolidation financière : Showroomprivé.com (ca. 70,5), SRP Logistique (ca. 15,3 %), Beauté Privée (ca. 2,8 %), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,8 %), Saldi Privati SRL (ca. 2,9 %), SRP GROUP SA (ca. 0,2 %) et Showroomprive Maroc (0,4 %) et ABC Sourcing, et The Bradery (4,1 %) soit 100 % des effectifs du Groupe.	Les montants récoltés sur l'exercice 2023 proviennent de dons effectués par les clients du groupe aux associations ainsi que les dons financiers effectués par le Groupe lors des opérations solidaires.

2.6. Taxonomie Européenne

2.6.1. Contexte et cohérence

La Taxonomie verte européenne vise à établir une classification des activités économiques considérées comme durables sur le plan environnemental sur la base de critères techniques ambitieux et exigeants. La mise en place de ce référentiel destiné à distinguer les activités économiques contribuant à l'objectif européen de neutralité carbone – le Green Deal – souligne l'ampleur des transformations économiques et industrielles à accomplir ainsi que l'ambition des autorités européennes en matière de finance durable et de transparence. Fort de ses engagements environnementaux, sociaux et sociétaux, le Groupe Showroomprivé suit avec attention le travail de la Commission Européenne d'analyse des activités et de définition de critères d'examen technique destiné à orienter les investissements des acteurs publics et privés vers les projets contribuant à la transition vers une économie durable et bas carbone⁶.

Conformément au Règlement européen 2020/852 du 18 juin 2020 sur l'établissement d'un cadre visant à favoriser les investissements durables au sein de l'Union européenne (UE)⁷, le Groupe Showroomprivé est tenu depuis l'exercice 2021, de communiquer sur la part de ses activités considérées comme éligibles, et depuis 2022, sur la part de ses activités éligibles et alignées au sens de la classification et des critères définis dans la Taxonomie pour les deux premiers objectifs environnementaux que sont :

- L'atténuation du changement climatique ;
- L'adaptation au changement climatique.

Dans la continuité de la mise en application de la Taxonomie, Showroomprivé doit, à partir de l'exercice 2023, publier également des indicateurs de performance sur les 4 autres objectifs de la Taxonomie, à savoir :

- L'utilisation durable et la protection des ressources aquatiques et marines ;
- La transition vers une économie circulaire ;
- La prévention et la réduction de la pollution ;
- La protection et la restauration de la biodiversité et des écosystèmes.

Pour l'exercice 2023, le Groupe Showroomprivé doit ainsi publier la part de son chiffre d'affaires, de ses dépenses d'investissements (« CAPEX ») et de ses charges opérationnelles (« OPEX ») éligibles et alignées aux deux premiers objectifs de la Taxonomie, ainsi que la part éligible de ces indicateurs relative à l'un ou plusieurs des quatre autres objectifs restants.

⁶ https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/sustainable-finance/eu-taxonomy-sustainable-activities_fr

⁷ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32020R0852&from=F>

L'évaluation de l'éligibilité a été menée sur la base d'une analyse détaillée de l'ensemble des activités du Groupe menée conjointement par la Direction RSE, la Direction Financière, la Direction Juridique et les équipes métiers, au regard :

- du Règlement délégué Climat du 4 juin 2021 et de ses annexes⁸ complétant le règlement (UE) 2020/852 en précisant les critères techniques permettant de déterminer à quelles conditions une activité économique peut être considérée comme contribuant substantiellement à l'atténuation du changement climatique ou à l'adaptation à celui-ci ;
- du Règlement délégué 2021/2178 de la Commission Européenne du 6 juillet 2021 et de ses annexes complétant le règlement (UE) 2020/852 précisant la manière de calculer les KPIs ainsi que les informations narratives à publier⁹ ;
- du Règlement délégué 2023/2485 du 27 juin 2023 qui amende les dispositions de l'acte délégué sur le climat¹⁰ ;
- du Règlement délégué 2023/2486 du 27 juin 2023 précisant les critères d'examen technique permettant de déterminer à quelles conditions une activité économique peut être considérée comme contribuant substantiellement à l'un ou à plusieurs objectifs parmi les quatre autres objectifs de la Taxonomie¹¹.

Les éléments méthodologiques à partir desquels le Groupe a conduit son analyse sont décrits ci-dessous. Le Groupe révisera sa méthodologie, son analyse et ses calculs au fur et à mesure de la mise en place de la Taxonomie, de la clarification de certaines activités par le régulateur, et de l'évolution de ces dernières activités et des critères d'examen technique les complétant.

2.6.2. Lien avec la stratégie RSE du Groupe Showroomprivé

Conscient des nombreux enjeux RSE qui découlent de l'environnement dans lequel il évolue, le Groupe travaille sur différents projets qui couvrent les trois objectifs suivants de la Taxonomie : l'atténuation du changement climatique, l'adaptation au changement climatique et la transition vers une économie circulaire.

A ce titre, Showroomprivé a initié des démarches notamment en termes d'évaluation des risques climatiques auxquels ses activités pourraient être soumises à plus ou moins long terme. Ce travail s'inscrit dans une logique d'amélioration continue et tendra ainsi à être développé et approfondi sur les exercices suivants.

⁸ [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=PI_COM:C\(2021\)2800&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=PI_COM:C(2021)2800&from=EN)

⁹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32021R2178&from=EN>

¹⁰ Règlement délégué - UE - 2023/2485 - FR - EUR-Lex (europa.eu)

¹¹ Règlement délégué - UE - 2023/2486 - FR - EUR-Lex (europa.eu)

2.6.2.1. Atténuation du changement climatique et adaptation

Plusieurs études internes permettant de cartographier les différentes typologies de flux et les territoires géographiques auxquels ces derniers sont rattachés ont permis au Groupe d'identifier que les risques climatiques pouvant impacter les zones où l'activité est la plus dense (proche Ile-de-France) restent limités par rapport à d'autres (cf. 1.4.2).

2.6.2.2. Economie circulaire

De nombreux progrès sont notables sur le plan économie circulaire, notamment visibles à travers le développement de l'activité du Groupe sur la revalorisation de produits invendus, la vente de produits de seconde main, ainsi que la croissance connue sur l'offre de produits et services plus responsables.

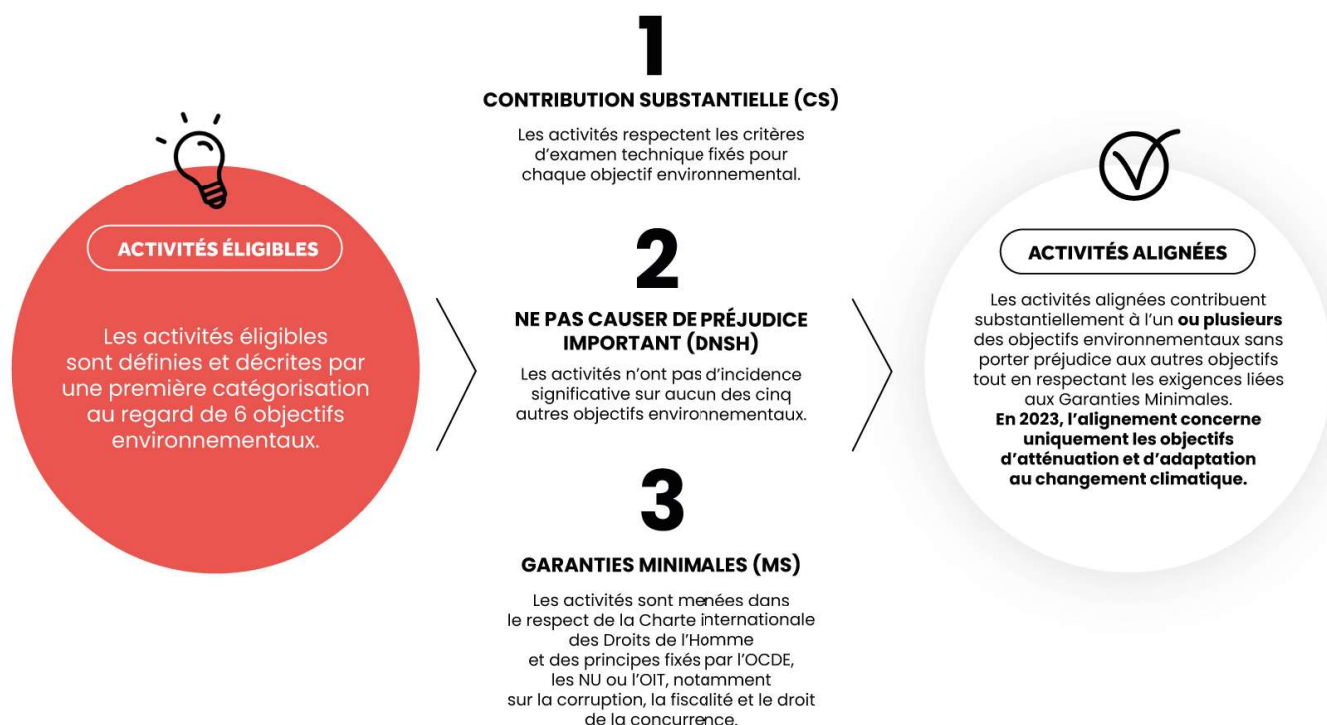
En effet, depuis plusieurs années, le Groupe renforce son engagement en matière de durabilité en développant son offre plus responsable, mais également en faisant évoluer ses processus de sélection afin de pouvoir offrir à ses membres un espace dédié à la consommation plus responsable.

2.6.3. Détermination des activités éligibles et alignées au sens de la Taxonomie

La Commission Européenne a priorisé les secteurs d'activité ayant une contribution majeure aux objectifs climatiques et environnementaux régissant la Taxonomie.

Une activité économique est éligible lorsqu'elle est explicitement décrite dans la liste incluse à ce stade dans les annexes du règlement et qu'elle est susceptible de contribuer de manière substantielle à l'un des objectifs environnementaux. Cette activité devient alors alignée une fois que l'ensemble des critères techniques sont satisfaits.

ALIGNEMENT DES ACTIVITÉS AU SENS DE LA TAXONOMIE



2.6.4. Evaluation et méthodologie

2.6.4.1. Calcul des indicateurs

Le Groupe a procédé au calcul des indicateurs en conformité avec les dispositions du Règlement délégué 2021/2178 de la Commission Européenne du 6 juillet 2021 et de ses annexes complétant le règlement (UE) 2020/852 à partir de ses processus et des systèmes de reporting existants et d'hypothèses formulées par le management.

Les résultats couvrent toutes les activités du Groupe intégrées dans le périmètre de consolidation financière au 31 décembre 2023.

Les informations financières utilisées ont été sourcées via les processus de remontée des informations comptables utilisées pour la préparation des états consolidés. Elles ont fait l'objet d'une analyse et d'un contrôle conjoints avec la Direction RSE, la Direction Financière, la Direction Juridique et les équipes métiers, afin d'en assurer la cohérence avec notamment le chiffre d'affaires (CA) et les dépenses d'investissements (CAPEX) présentées dans les Annexes financières.

- **Chiffre d'affaires**

Sur la base de cette analyse et avec l'entrée en vigueur des nouveaux objectifs, Showroomprivé a identifié en 2023 du chiffre d'affaires éligible au titre de l'objectif économie circulaire. Ce chiffre d'affaires représente 1,2 % du chiffre d'affaires consolidé et correspond au deux activités Taxonomie suivantes :

- 5.4 Vente de biens d'occasion pour 4,5 M d'euros, qui correspondent à de la vente de produits de seconde main sur les activités core business du Groupe ;
- 5.6 Place de marché pour le commerce de biens destinés à être réutilisés pour 3,5 M d'euros, qui correspondent à l'activité de marketplace du Groupe.

Le chiffre d'affaires consolidé qui correspond au dénominateur de l'indicateur Taxonomie est disponible en section 4.2 des états financiers intégrés au document d'enregistrement universel 2023.

CA	2021	2022	2023	Variation 22-23
Numérateur aligné	-	-	-	-
Numérateur éligible	-	-	8 m€ 1,2 % du CA total	-
Dénominateur	723,85 m€	657,37 m€	677,2 m€	+3,02 %

• **CAPEX :**

L'analyse de l'éligibilité des dépenses d'investissements (CAPEX) a porté sur l'identification de celles pouvant être associées au chiffre d'affaires éligibles ou définies dans la Taxonomie comme « mesures individuelles » – c'est-à-dire qui ne sont pas directement liées à des activités éligibles mais qui consistent néanmoins en l'achat de la production d'activités éligibles ou d'investissements individuels visant à la réduction des émissions de gaz à effet de serre et donc éligibles individuellement au titre de l'objectif d'atténuation du changement climatique.

Les dépenses d'investissement retenues correspondent à des équipements favorisant l'efficacité énergétique pour 0,15 millions d'euros, soit 1,6 % des CAPEX consolidés. Ces investissements correspondent, conformément aux dispositions de la Taxonomie, à l'activité 7.3 Installation, maintenance et réparation d'équipements favorisant l'efficacité énergétique (i.e. remplacement d'équipements de chauffage et de climatisation).

L'indicateur CAPEX est défini comme le total des dépenses d'investissement (1) liées à des activités économiques éligibles, (2) faisant partie d'un plan de CAPEX permettant à des activités de devenir alignées ou (3) associées à des mesures individuelles éligibles à la Taxonomie (numérateur) divisé par le total des dépenses d'investissement de la période (dénominateur). Le total des dépenses d'investissements est constitué des acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles (hors goodwill) au cours de l'exercice, avant dépréciation et amortissement et à l'exclusion des variations de la juste valeur. Il comprend également les actifs liés aux droits d'utilisation (IFRS 16). Plus de détails sur les principes comptables concernant les CAPEX est disponible aux notes 5.2 et 5.3 des états financiers intégrés au document d'enregistrement universel 2023.

Le total des dépenses d'investissement peut être rapproché des états financiers, cf. notes 5.2 et 5.3 intégrées au document d'enregistrement universel 2023. Ils correspondent au total des natures de mouvement (coûts d'acquisition et de production) :

- Augmentations (flux d'acquisition de la période) ;
- Augmentations issues de regroupements d'entreprises pour les immobilisations incorporelles, les actifs de droit d'usage et les immobilisations corporelles.

CAPEX	2021	2022	2023	Variation 22-23
Numérateur aligné	-	-	-	-
Numérateur éligible	2,9 m€	0,87 m€	0,15 m€ 1,6 % des CAPEX consolidés	-83 %
Dénominateur	12,18 m€	18,1 m€	9,63 m€	-46,8 %

La variation à la baisse des CAPEX éligibles entre 2022 et 2023 s'explique par les droits d'utilisation IFRS 16 issus de l'acquisition de The Bradery qui ont été intégrés en 2022 et par une baisse des investissements d'efficacité énergétique en 2023.

• **OPEX :**

Les dépenses d'exploitation retenues par le Groupe en application des dispositions de la Taxonomie ont été restreintes aux catégories suivantes :

- Les dépenses de recherche et développement ;
- Les contrats de location à court terme ;
- Les frais de maintenance, d'entretien et de réparation des procédés industriels et des bâtiments, incluant les frais de personnel associés.

Ces catégories constituent le numérateur du ratio des dépenses d'exploitation sur le total des OPEX du Groupe cf. notes 5.2 et 5.3 des états financiers.

Dans la mesure où la valeur de ce ratio est de 3,95 % et qu'aucune activité du Groupe n'est éligible à date, le Groupe a considéré l'utilisation du régime prévu d'exemption pour la publication de cet indicateur.

2.6.4.2. Méthodologie d'évaluation des activités au regard des critères d'évaluation technique

Méthodologie de vérification des DNSH génériques et des critères MS :

Afin d'évaluer le niveau d'alignement actuel des activités identifiées comme éligibles, le Groupe Showroomprivé a procédé à une vérification du respect des critères d'examen technique de ces activités et des garanties minimales.

Dans la continuité du premier exercice d'alignement, ce nouvel exercice a été réalisé avec prudence par le Groupe. Ainsi, ce dernier a fait le choix d'appliquer la réglementation stricte et n'a pas qualifié ses investissements éligibles comme alignés, compte tenu des critères techniques précis à respecter et des analyses requises qui, à date, ne sont pas exhaustivement disponibles. Par ailleurs, l'année 2023 constitue un deuxième exercice

d'alignement et les analyses de risques liées à l'adaptation au changement climatique sont en cours.

DNSH Génériques énoncés dans l'Annexe A relative à l'adaptation au changement climatique :

Comme évoqué précédemment, une première analyse des risques climatiques physiques qui pèsent sur le Groupe a été menée en début d'année 2023 afin de prévenir la vulnérabilité de ses activités face aux conséquences du réchauffement climatique et ainsi développer un plan d'action en conséquence. Showroomprivé a ainsi concentré ses efforts dans un premier temps sur les risques qui pèsent sur ses activités en basant l'analyse sur sa chaîne logistique en France et en s'appuyant sur le scénario modéré du GIEC, soit le scénario SSP2-4.5. Ce dernier brosse globalement le portrait d'un environnement où les émissions de CO₂ sont sensiblement les mêmes que celles que nous connaissons aujourd'hui, avec une diminution notable au milieu du siècle.

L'amont de cette chaîne pourrait être analysé lors de prochaines études, le tout à travers le prisme éventuel d'autres scénarios plus pessimistes et optimistes.

Cette première étude a permis de constater que l'Hexagone pourrait être principalement touché par : les vagues de chaleur, les diminutions de rendements agricoles, les pénuries d'eau, les inondations.

Ce constat permet de supposer que, dans un avenir plus ou moins proche, Showroomprivé pourrait être principalement impacté sur son site établi en Vendée, notamment par des inondations.

Concernant les autres risques prioritaires imaginés pour la France, il est possible d'estimer que les activités de Showroomprivé pourraient subir dans une moindre mesure les conséquences de ces derniers, notamment celles en lien avec la pénurie d'eau et les vagues de chaleur, a priori moins rudes dans la partie nord / nord-ouest du pays, partie du pays où les activités du Groupe sont relativement présentes.

Minimum Safeguards : Conformément aux principes directeurs des garanties minimales décrits dans l'article 4 du règlement Taxonomie, les activités économiques contribuant substantiellement à l'un des objectifs et respectant les DNSH génériques et spécifiques pertinents doivent également mettre en œuvre des procédures pour s'aligner sur les principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales et sur les principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme (y compris les principes et les droits fixés par les huit conventions fondamentales citées dans la déclaration de l'Organisation internationale du travail relative aux principes et droits fondamentaux au travail et par la Charte internationale des droits de l'homme). Le rapport final de la Plateforme européenne sur la finance durable publié en octobre 2022 (« Final Report on Minimum Safeguards ») est venu préciser le périmètre des exigences à respecter dans ce cadre. Quatre

thématiques sont ainsi mises en avant par le rapport et doivent être couvertes par les garanties minimales : les droits humains (y compris les droits des travailleurs et des consommateurs), la corruption, la fiscalité et le droit de la concurrence :

- Droits de l'Homme : Afin de renforcer ses engagements en matière de droits humains, le Groupe a formalisé un code de conduite éthique et conformité. Ce dernier sera fiabilisé en 2024.
- Corruption : Les collaborateurs sont formés à la lutte contre la corruption. Au fur et à mesure, le Groupe se mobilise afin de sensibiliser davantage de collaborateurs sur ces enjeux et veille ainsi à respecter les lois et réglementations en matière de corruption (dont la loi Sapin II). A cela s'ajoute le code de conduite élaboré par Showroomprivé à destination des salariés, intégrant une clause anticorruption mais également un dispositif d'alerte en cas de manquement aux règles établies. A ce jour, aucune alerte n'est à relever.
- Fiscalité : Comme exprimé dans la note (3.2.3), l'évasion fiscale est jugée comme étant un risque non applicable.
- Droit de la concurrence : Showroomprivé s'engage à former ses collaborateurs sur les règles du droit à la concurrence. Par ailleurs, le Code de conduite a été amené à évoluer afin de revoir la procédure d'alerte notamment, et vient compléter les notions déjà existantes sur le droit à la concurrence.
- Perspectives

Au-delà des données publiées par le Groupe en application de la réglementation Taxonomie, il est rappelé que le Groupe démontre depuis de nombreuses années un engagement en matière de diminution de son empreinte environnementale et de transition vers une économie circulaire. Les objectifs de la stratégie, ainsi que les résultats 2023, sont plus amplement détaillés au paragraphe « Agir pour l'environnement ».

Le Groupe, s'inscrivant dans une logique d'amélioration continue, a pour ambition de continuer ses efforts d'investissements visant à être davantage en adéquation avec les critères techniques présentés dans le règlement Taxonomie, à commencer par les objectifs d'atténuation et d'adaptation au changement climatique, ainsi que l'objectif économie circulaire.

2.6.5. Tableaux réglementaires

Part du chiffre d'affaires issue de produits ou de services associés à des activités économiques alignées sur la taxonomie — Informations pour l'année N

Exercice N	2023			Critères de contribution substantielle						Critères d'absence de préjudice important («critères DNSH»)							Part du chiffre d'affaires alignée sur la taxonomie (A.1.) ou éligible à la taxonomie (A.2.), année N-1 (18)	Catégorie activité habilitante (19)	Catégorie activité transitoire (20)													
Activités économiques (1)	Code (2)	Chiffre d'affaires (3)	Part du chiffre d'affaires, année N (4)	Atténuation au changement climatique (5)		Adaptation au changement climatique (6)		Eau (7)		Pollution (8)		Economie circulaire (9)		Biodiversité (10)		Atténuation au changement climatique (11)				Adaptation au changement climatique (12)		Eau (13)		Pollution (14)		Economie circulaire (15)		Biodiversité (16)		Garanties minimales (17)		
A. ACTIVITES ELIGIBLES A LA TAXONOMIE																																
A.1. Activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie)																																
Chiffre d'affaires des activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie) (A.1.)		0	0%																										0%			
Dont habitantes		0	0%																										0%	H		
Dont transitoires		0	0%																										0%	T		
A.2. Activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie)																																
Vente de biens d'occasion		CE 5.4	4,5	0,7%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL																
Marché pour le commerce de biens d'occasion destinés à être réutilisés		CE 5.6	3,5	0,5%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL																
Chiffre d'affaires des activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie) (A.2.)			8,0	1,2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%													0%			
A. Chiffre d'affaires des activités éligibles à la taxonomie (A.1. + A.2.)			8,0	1,2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%													0%			
B. ACTIVITES NON ELIGIBLES A LA TAXONOMIE																																
Chiffre d'affaires des activités non éligibles à la taxonomie			669,2	98,8%																												
TOTAL (A. + B.)			677,2	100%																												

En millions d'euros.

Part du chiffre d'affaires issue d'activités économiques éligibles et/ou alignées sur la taxonomie par objectif environnemental — Informations pour l'année 2023

	Part du Chiffre d'affaires/chiffre d'affaires total	
	Alignée sur la taxonomie par objectif	Éligible à la taxonomie par objectif
CCM	0%	0%
CCA	0%	0%
WTR	0%	0%
CE	0%	1.2%
PPC	0%	0%
BIO	0%	0%

Part des dépenses CapEx issue des produits ou services associés à des activités économiques alignées sur la taxonomie — Informations pour l'année N

Exercice N	2023		Critères de contribution substantielle						Critères d'absence de préjudice important («critères DNSH»)								Part des CapEx alignées sur la taxonomie (A.1.) ou éligibles (A.2.) à la taxonomie, année N-1 (18)	Catégorie activité habilitante (19)	Catégorie activité transitoire (20)		
	Code (2)	CapEx (3)	Part des CapEx, années N (4)	Atténuation au changement climatique (5)	Adaptation au changement climatique (6)	Eau (7)	Pollution (8)	Economie circulaire (9)	Biodiversité (10)	Atténuation au changement climatique (11)	Adaptation au changement climatique (12)	Eau (13)	Pollution (14)	Economie circulaire (15)	Biodiversité et écosystèmes (16)	Garanties minimales (17)					
A. ACTIVITES ELIGIBLES A LA TAXONOMIE																					
A.1. Activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie)																					
CapEx des activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie) (A.1.)			0	0%																0%	
Dont habitantes			0	0%																0%	
Dont transitoires			0	0%																0%	
A.2. Activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie)																					
Installation, maintenance et réparation d'équipements favorisant l'efficacité énergétique CCM 7.3 et CCA 7.3			0,15	1,6%	EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	0,3%				
Acquisition et propriété de bâtiments CCM 7.7			0	0,0%	EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	4,5%				
CapEx des activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie) (A.2.)			0,15	1,6%	1,6%	1,6%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4,8%				
A. CapEx des activités éligibles à la taxonomie (A.1 + A.2)			0,15	1,6%	1,6%	1,6%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4,8%				
B. ACTIVITES NON ELIGIBLES A LA TAXONOMIE																					
CapEx des activités non éligibles à la taxonomie			9,48	98,4%																	
TOTAL (A. + B.)			9,63	100%																	

Part des CapEx issue d'activités économiques éligibles et/ou alignées sur la taxonomie par objectif environnemental — Informations pour l'ann

Part des CapEx/Total des CapEx	
Alignée sur la taxonomie par objectif	Éligible à la taxonomie par objectif
CCM	0%
CCA	0%
WTR	0%
CE	0%
PPC	0%
BIO	0%

Part des OpEx concernant des produits ou services associés à des activités économiques alignées sur la taxonomie — Informations pour l'année N

Exercice N	2023		Critères de contribution substantielle					Critères d'absence de préjudice important («critères DNSH»)								Part des OpEx alignées sur la taxonomie (A.1.) ou éligibles à la taxonomie (A.2.), année N-1 (18)	Catégorie activité habilitante (19)	Catégorie activité transitoire (20)	
	Code (2)	OpEx (3)	Part des OpEx, année N (4)	Atténuation au changement climatique (5)	Adaptation au changement climatique (6)	Eau (7)	Pollution (8)	Economie circulaire (9)	Biodiversité (10)	Atténuation au changement climatique (11)	Adaptation au changement climatique (12)	Eau (13)	Pollution (14)	Economie circulaire (15)	Biodiversité et écosystèmes (16)				Garanties minimales (17)
Activités économiques (1)																			
A. ACTIVITES ELIGIBLES A LA TAXONOMIE																			
A.1. Activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie)																			
OpEx des activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie) (A.1.)		0	0%															0%	
Dont habitantes		0	0%															0%	
Dont transitoires		0	0%															0%	
A.2. Activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie)																			
OpEx des activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie) (A.2.)		0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
A. OpEx des activités éligibles à la taxonomie (A.1 + A.2)		0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
B. ACTIVITES NON ELIGIBLES A LA TAXONOMIE																			
OpEx des activités non éligibles à la taxonomie		23,8	100%															0%	
TOTAL (A. + B.)		23,8	100%															0%	

Part des OpEx issue d'activités économiques éligibles et/ou alignées sur la taxonomie par objectif environnemental — Informations pour l'année

Part des OpEx/Total des OpEx	
Alignée sur la taxonomie par objectif	Éligible à la taxonomie par objectif
CCM	0%
CCA	0%
WTR	0%
CE	0%
PPC	0%
BIO	0%