

2



2. DECLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIERE

2.1. Une démarche RSE intégrée au modèle d'affaires et à la stratégie du Groupe..... 67

2.2. Stratégie et Gouvernance de la RSE du Groupe.... 68

2.2.1. La Stratégie 68

2.2.2. Gouvernance de la RSE 69

2.2.3. Présentation des parties prenantes..... 69

2.2.4. Cartographie des risques et enjeux..... 70

2.3. Présentation du plan d'action Move Forward 2021 – 2024 71

2.3.2. Agir pour l'environnement..... 80

2.3.3. Agir responsable et solidaire..... 89

2.4. Tableau de synthèse de chaque indicateur..... 98

2.5. Note Méthodologique 100

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. En rendant de nouveau désirable près de 36,4 millions de pièces jamais portées en 2022, 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.

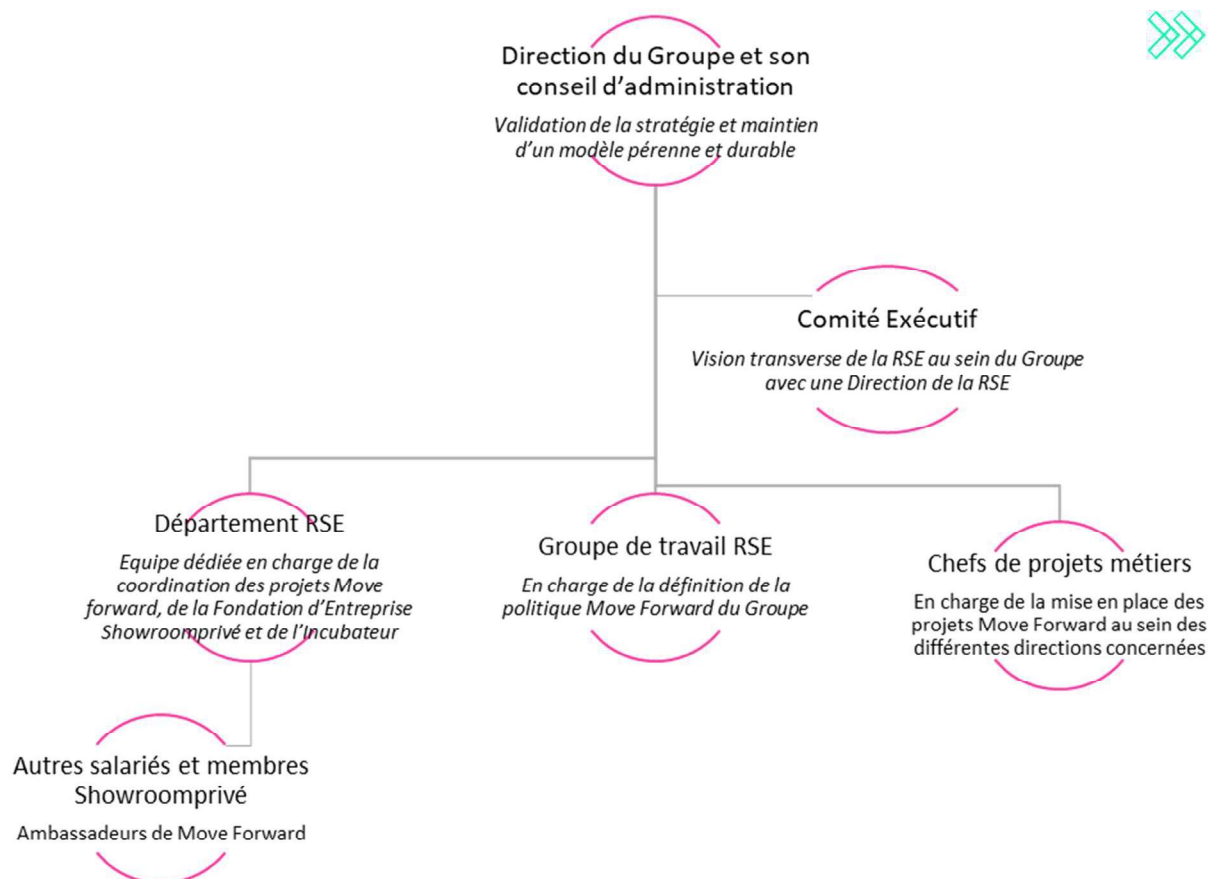
Favoriser la santé, la sécurité et le bien-être de ses collaborateurs, mener une réflexion sur la diminution de l'impact carbone de ses activités, travailler la circularité de son modèle économique, ou encore promouvoir la diversité et l'inclusion dans ses métiers sont tant des objectifs de long terme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

Let's | MOVE FORWARD



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.

	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 3.1.4.6 page 136 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 3.1.4.6 page 136 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 3.1.4.6 page 136 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 3.1.1.2 page 121 du document d'enregistrement universel Partie 3.1.1.5 page 123 du document d'enregistrement universel Partie 3.1.1.6 page 124 du document d'enregistrement universel Partie 3.1.1.8 page 125 du document d'enregistrement universel Partie 3.1.3.1 page 128 du document d'enregistrement universel	2.1 Faciliter l'accès à une consommation plus responsable pour nos membres <i>Informé le consommateur sur l'impact environnemental de sa livraison</i> <i>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>	

AGIR RESPONSABLE ET SOLIDAIRE	-Risques opérationnels liés au réchauffement climatique -Risque lié à la non-conformité réglementaire - Risque lié à l'économie circulaire	Partie 3.1.4.5 page 135 du document d'enregistrement universel Partie 3.1.4.12 page 140 du document d'enregistrement universel Partie 3.2.1.3 page 142 du document d'enregistrement universel	2.2 Réduire l'empreinte environnementale de nos activités - 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	
	Capacité du Groupe à anticiper l'évolution des attentes des parties prenantes en matière de performance environnementale	Partie 3.1.4.6 page 136 du document d'enregistrement universel Partie 3.1.1.8 page 125 du document d'enregistrement universel Partie 3.1.3.1 page 128 du document d'enregistrement universel	2.3 Soutenir l'innovation responsable Atteindre 150 entrepreneurs accompagnés via l'Incubateur Look Forward en 2024	
	-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 3.1.4.3 page 134 du document d'enregistrement universel Partie 3.2.4 page 144 du document d'enregistrement universel Partie 3.2.1.3 page 142 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	
	Promotion de la diversité, de l'égalité des chances et lutte contre les discriminations et le harcèlement	Partie 3.1.4.6 page 136 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 3.1.4.6 page 136 du document d'enregistrement universel Partie 3.1.3.1 page 128 du document d'enregistrement universel	3.3 Agir en tant qu'e-commerçant solidaire Assurer l'organisation d'au moins 5 événements 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 1 119 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.

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 sur un marché dynamique attirant beaucoup de jeunes profils. Il déploie une politique de ressources humaines visant à stabiliser ses effectifs sur le long terme.

Afin d'attirer et de retenir les talents, le Groupe innove et investit notamment sur le volet formation, en vue d'accompagner les salariés dans l'évolution de leurs métiers et le développement de leurs compétences.

En effet, le Groupe est convaincu que le développement des compétences en phase avec les nouveaux enjeux de société, permettra non seulement de répondre aux nouvelles attentes des membres mais également de permettre une employabilité pérenne de ses salariés.

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 2022, le nombre total d'embauches en CDI du Groupe s'élève à 211. Parmi ces embauches, 93 % ont été réalisées en France.

Le Groupe souhaite également favoriser les emplois pérennes, engagement qu'il a conduit en 2022 en atteignant un taux de rotation de 22,7% contre un taux de rotation de 19,5% en 2021.

Indicateur de performance	2021	2022	Évolution
Effectif du Groupe (hors stagiaires)	1.097	1.119	2%
% de salariés d'une filiale française du Groupe	93,8%	93%	-0.8 pts
Part des CDI	91%	90%	-1 pts
Taux de rotation	19,5%	22,7%	3.2 pts

En 2022, 822 salariés du Groupe ont suivi des formations pour un nombre total d'heures de formation égal à 3588 heures.

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

2.3.1.1.3. Plan d'action

- Formation et pérennisation des équipes

Le Groupe s'emploie à être à l'écoute et à accompagner les collaborateurs dans leur développement et l'évolution de leurs métiers.

Afin de faciliter leur intégration, les nouveaux arrivants bénéficient d'un parcours d'intégration complet, qui inclut notamment une matinée d'intégration en deux étapes, la première avec les ressources humaines et

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

la seconde avec l'équipe RSE afin de prendre connaissance des engagements du Groupe. L'ambition est notamment de capitaliser sur l'échange et le partage de compétences entre salariés.

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 par ailleurs 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 dédiée 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.

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 :

- Prise de parole en public ;
- Formation relative à l'apprentissage des langues ;
- Gestion des émotions ;
- Formation portant sur développement personnel (soft skills) ;
- Ou encore des formations plus spécifiques aux compétences techniques des métiers.

Une campagne de formation des managers a également été menée auprès de 118 collaborateurs en 2022, notamment sur le volet communication. Un haut niveau de satisfaction ressort de la part des managers formés et d'autres sessions sont par ailleurs programmées en 2023.

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 à la corruption et aux données personnelles) ainsi que du département de la DSI.

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.
- **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 événement 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 et l'Incubateur Look Forward.

En effet, les salariés volontaires ont 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 Look Forward. 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 renforcera sa politique de mécénat de compétences et proposera à chaque salarié de bénéficier d'une journée 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 2022, il s'élève à 5,39 %, et le Groupe ambitionne de le faire baisser de manière continue jusqu'en 2024.

Indicateur de performance	2021	2022	Évolution
Taux d'absentéisme	8,69%	5,39%	-3,3 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 2022, ce sont 6,8% de collaborateurs qui ont réalisé au moins une activité civique au cours de l'année.

Indicateur de performance	2021	2022	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 N-1)	-	6,8%	-

Afin d'évaluer concrètement la qualité de vie au travail au sein du Groupe, l'entité Showroomprive.com a réalisé en 2022 sa première certification Great Place to Work et a obtenu un Trust Index de 69%, permettant à Showroomprive.com d'être reconnue comme une entreprise où il fait bon travailler.

Indicateur de performance	2021	2022	Évolution
Trust Index© Great Place to Work (nouveau sur l'exercice 2022, cet indicateur ne dispose pas de donnée N-1)	-	69%	-

2.3.1.2.3. Plan d'action

- **Santé et sécurité**

En 2022, le Groupe 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. 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 ;

En 2022 cela se traduit par diverses actions menées au sein de nos entrepôts, et notamment la mise en place d'ateliers d'échauffement musculaire avant les prises de poste des collaborateurs. Les managers sont eux-mêmes formés pour animer ces échauffements quotidiens. Par ailleurs, une rotation horaire des équipes a été mise en œuvre afin de favoriser la polyvalence des salariés et réduire le risque de troubles musculosquelettiques. Enfin, des sessions de sensibilisation sur les gestes et postures ont été organisées avec l'organisation « Truck Santé » au cours de l'année, mais également avec une référente Santé sous la forme d'un quizz relatif à la sécurité en entrepôt.

- **Bien-être au travail**

En 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'entité Showroomprivé.com s'est également soumise à la certification proposée par Great Place to Work®, en menant une enquête auprès des collaborateurs de l'entité Showroomprivé.com du 31 janvier au 18 février 2022. Cette dernière a abouti à la certification Great Place to Work® de l'entité, avec un taux de participation élevé de 72%. Elle vient récompenser un certain nombre d'actions déjà déployées et constitue également la première étape d'un projet d'amélioration continue de l'expérience collaborateur, puisqu'elle permet en effet d'identifier les axes sur lesquels capitaliser et nous développer. La prochaine étape consistera à renouveler l'expérience en obtenant une 2^{ème} certification.

L'année 2022 a par ailleurs permis de renouer avec des 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 sports digitaux sur inscription, discovery breakfast mensuel pour découvrir les métiers du Groupe, conférences inspirantes sur les sujets de diversité et d'inclusion, 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 trimestrielles de la part des dirigeants ont été organisées en 2022. 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 phygitale et de la Feel Good Week annuelle a également été déployée. A cette occasion, les salariés de l'ensemble des sites du Groupe ont pu participer à des conférences inspirantes de sophrologie, à des ateliers de gestion du stress et de digital detox, à des rendez-vous digitaux individuels avec une psychanalyste spécialisée dans les addictions pour obtenir des conseils personnalisés ou encore à des cours de boxe en ligne.

L'ensemble des collaborateurs du Groupe ont par ailleurs eu l'occasion de se retrouver de manière informelle lors de la Showroomparty le 19 juillet 2022, afin de fêter les 15 ans du Groupe. 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. Des terrains d'urban soccer sont également réservés par le CSE à Aubervilliers (93) une fois par semaine, pour des sessions de foot entre les collaborateurs.

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 va être déployée en janvier 2023, afin d'octroyer un jour d'engagement par an pour tous les collaborateurs. L'opportunité est notamment pour eux de continuer à s'engager auprès d'associations partenaires du Groupe, tels que Emmaüs Solidarité ou encore Odyssea. Le Groupe a pour objectif d'ici 2024 que 20% de ses collaborateurs réalisent au moins une activité civique au cours de l'année. :

Adrien Piacitelli, Directeur des Ressources Humaines du Groupe :

« Être certifié Great Place to Work est une très belle marque de confiance accordée par nos collaborateurs, qui vient récompenser les actions concrètes et authentiques que nous mettons en place au quotidien au sein de Showroomprivé »

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.

2.3.1.3.2. Indicateurs de performance

Indicateur de performance	2021	2022	Évolution
Index de l'égalité professionnelle de Showroomprive.com	89	83	-6,7%
Pourcentage de femmes managers	54,3%	53,1%	-1,2 pts

2.3.1.3.3. 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 afin de promouvoir 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.

En outre, le Groupe a organisé en 2022 plusieurs temps forts de prise de parole visant à promouvoir l'égalité femmes-hommes au travail et des actions visant à sensibiliser les collaborateurs. Ainsi, à l'occasion de la journée des droits de la femme le 8 mars 2022, une semaine dédiée a été organisée au sein du Groupe, avec au programme : une conférence animée avec Gloria sur la thématique « Égalité femmes/hommes : où (en) sont les hommes ? », afin de livrer un point de vue plus rare sur ce sujet et de donner la parole aux hommes. Mais également des portraits croisés de manager/stagiaire, de mère/fille ou encore de femme/homme au sein d'un couple, afin de délivrer des messages inspirants aux collaborateurs.

- **Handicap**

Afin de se doter d'une politique handicap forte, le Groupe a mené en 2021 un diagnostic action handicap en partenariat avec l'Agefiph sur les entités showroomprive.com et SRP logistique.

Ce diagnostic qui s'est étalé sur plusieurs mois a permis de faire un état des lieux de l'entreprise au regard de l'obligation d'emploi des travailleurs handicapés et de coconstruire un plan d'action personnalisé permettant la mise en place d'une politique handicap durable au sein du Groupe.

Ce diagnostic qui s'est conclu au mois de juin 2021 a permis de déployer des premières actions sur le dernier trimestre 2021, en particulier la formation d'une majeure partie de l'équipe RH aux problématiques liées au handicap (recrutement, reconnaissance, maintien dans l'emploi, etc.) et des premières actions de sensibilisation des collaborateurs à l'occasion de la semaine européenne pour l'emploi des travailleurs handicapés pour toutes nos entités françaises. Cette semaine a été renouvelée en 2022 autour de plusieurs animations et sensibilisations :

- Un quizz Handipoursuite, afin de permettre aux collaborateurs de tester leurs connaissances et leur niveau d'engagement sur le handicap de manière ludique ;
- Un atelier interactif en digital avec Aktisea : « Handicap, de quoi parle-t-on ? », afin de comprendre les situations de handicap au travail et de briser les tabous ; et
- Une sensibilisation au handicap sous forme ludique effectuée en présentiel auprès des collaborateurs de l'entité SRP Logistique au sein de nos différents entrepôts.

Également, au sein de cette entité, des salariés en situation de handicap ont intégré les effectifs durant l'exercice 2022, démontrant la volonté du Groupe de favoriser la pleine inclusion de ces personnes :

- Une période de mise en situation en milieu professionnel a été initiée avec un E.S.A.T pour un collaborateur en situation de handicap en mai 2022 ; et
- Un contrat de prestation avec l'ESAT de Goussainville a également été mis en place pour un collaborateur en situation de handicap en février, mars et avril 2022.

L'entité espère par ailleurs pouvoir pérenniser ces emplois.

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 2022, ce sont plus de 36,4 millions de pièces qui ont pu être 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 sur l'année 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 par rapport à 2021 est notamment visible en raison du changement de tracking des visiteurs.

Indicateur de performance	2021	2022	Évolution
Nombre de visites sur l'onglet	1,5 million	378.853	-74.7%
Nombre de ventes plus responsables	530	510	-3.8%

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](https://www.showroomprivé.com) et [beauté privée](https://www.beautéprivée.com), 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 Move Forward du site [Showroomprivé.com](https://www.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.

Au-delà de cette sélection de produits plus responsables, [Showroomprivé](https://www.showroomprivé.com) a également élargi son offre de services au cours de l'année 2022, en proposant des solutions de revalorisation des produits des membres avec le programme Second Show. Idéalement positionné entre les marques et les consommateurs, le Groupe a en effet initié plusieurs partenariats avec des spécialistes de la seconde main pour lutter contre le gaspillage et favoriser l'économie circulaire. En regroupant ces initiatives au sein de Second Show, [Showroomprivé](https://www.showroomprivé.com) souhaite ainsi permettre à tous ses membres de s'engager dans cette démarche en revalorisant tout ce qu'ils n'utilisent plus :

- **En s'associant à Rediv**, spécialiste de la seconde main, le Groupe permet à ses membres de revaloriser leurs vêtements « clé en main » en échange de bons d'achats à utiliser sur le site de [Showroomprivé](https://www.showroomprivé.com) : collecte, tri et revente dans un circuit dédié à la seconde main sont entièrement pris en charge par Rediv.
- **En s'associant à Easy Cash**, spécialiste et leader de l'achat et de la vente de produits d'occasion et reconditionnés, le Groupe offre à ses membres la possibilité de donner une seconde vie à leurs consoles, tablettes, smartphones et jeux vidéo. A travers un site dédié, ils peuvent ainsi, en quelques clics, revendre leurs produits à Easy Cash qui en assure la remise en circulation.
- **En s'associant à Trëmma**, [Showroomprivé](https://www.showroomprivé.com) donne aussi l'opportunité à ses membres de s'engager dans une démarche solidaire aux côtés de Label Emmaüs, en finançant des projets à impacts. Les membres de [Showroomprivé](https://www.showroomprivé.com) peuvent ainsi faire le choix de donner facilement les objets qu'ils n'utilisent plus et de participer au financement d'un projet solidaire. Si l'objet est vendu sur la plateforme label-emmaus.co, le bénéfice est ensuite entièrement reversé au projet présélectionné.

Le Groupe propose également à ses membres une offre de produits de seconde main ainsi que des produits high-tech reconditionnés. En effet, l'entité The Bradery a initié en novembre 2022 un partenariat avec OMAJ, une startup incubée par 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.

- **La Marque propre IRL**

Enfin, le Groupe a lancé depuis 2016 sa marque propre, Collection IRL, qui a pour vocation de proposer à ses membres des vêtements et des accessoires tendances et de qualité à prix réduits. La marque souhaite également évoluer vers des pratiques plus responsables.

En 2022, elle a notamment proposé à ses membres une collection de culottes menstruelles fabriquées en France et certifiées Origine France Garantie.

Anne Charlotte Neau-Juillard, Directrice des Relations Extérieures, de la Communication et de la RSE :

« Grâce à notre programme Second Show nous avons déjà aidé à revaloriser plusieurs centaines de milliers de pièces de nos membres. Nous contribuons ainsi à aller plus loin dans l'économie circulaire. »

2.3.2.2. Limitier 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 2022 en menant un deuxième bilan carbone, qui va lui permettre de s'engager en 2023 dans une stratégie chiffrée de réduction de ses émissions directes (scopes 1 et 2) 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.*

2.3.2.2.2. Indicateurs de performance

La consommation d'énergie et les émissions de CO₂ associées par salarié ont diminué de 21% d'une part, et de 24% d'autre part en 2022. Ces résultats sont le fruit des efforts réalisés par Showroomprive, notamment en termes de sobriété énergétique.

Indicateur de performance	2021	2022	Évolution
Consommation d'énergie par salarié (MWh)	6,77	5,32	-21%

Émissions de CO ₂ associées par salarié (T eq CO ₂) ²	1,08	0,82	-24%
---	------	------	------

Indicateur de performance	2021	2022	Évolution
Proportion d'emballages recyclables utilisés pour l'expédition des commandes	97,2%	98,6%	1,4 pts
Part de matière recyclée dans les emballages d'expédition	60%	91,2%	31,2 pts

Le Groupe poursuit ses engagements relatifs à ses emballages d'expédition, ayant pour objectif d'atteindre 100% d'emballages recyclables et 75% d'emballages recyclés d'ici 2024.

Indicateur de performance	2021	2022	Évolution
Quantité totale de déchets émis sur site par salarié en tonnes	0,870	1.27	46%

L'année 2022 est cependant marquée par une augmentation des déchets générés par salarié 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.

2.3.2.2.3. Plan d'action

Le Groupe a mené un bilan carbone destiné à calculer les émissions de CO₂ émises lors des exercices 2019 et 2021, 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.

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 le fret, les intrants ainsi que l'énergie. 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 compte ainsi initier en 2023 une démarche cohérente de réduction des émissions de CO₂ engendrées par ses activités, notamment sur les scopes 1 et 2. Pour cela, le Groupe travaille avec des startups incubées au sein de Look Forward : Sami et Inuk, afin de bénéficier à la fois d'une plateforme Saas de calcul de l'empreinte carbone et de l'expertise d'Inuk dans le calcul de nos émissions liées à notre activité voyage et à notre chaîne de transport.

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.

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.

Cette charte réunit quatorze acteurs du commerce en ligne signataires, 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.

Le Groupe a également mené un plan d'action ambitieux pour repenser les emballages utilisés pour l'expédition des commandes aux membres et initié un plan d'action pour limiter l'empreinte des activités de transport, deux postes d'émissions importants de l'activité d'e-commerce.

Afin également de sensibiliser les collaborateurs sur ces sujets, le Groupe a organisé la semaine du développement durable en septembre 2022 auprès de ses différentes entités, avec au programme :

- Une conférence animée par Sami sur l'exercice du bilan carbone, afin d'impliquer nos salariés et de leur donner les clés de compréhension de nos engagements ;
- Un atelier de dégustation de chocolat éthique, destiné à initier les collaborateurs aux labels alimentaires éthiques ;
- Une présentation de la startup Le Jouet Simple, qui produit des jouets recyclés et consignés, afin de présenter aux collaborateurs la genèse de leur projet et leurs engagements.

• 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 et le seront également en 2023. 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 second 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 pour Showroomprivé est d'étendre ce dispositif de chargement « en vrac » à de nouveaux entrepôts logistiques à horizon décembre 2023.

Par ailleurs, le Groupe a pour ambition en 2023 d'informer directement les membres de l'empreinte carbone de chaque livraison qui lui est proposée dans le tunnel d'achat, afin de lui permettre d'effectuer un choix éclairé.

• 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 pour 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.
- 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.

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

En parallèle, une sensibilisation a été menée auprès des collaborateurs lors de la journée de la Terre le 22 avril 2022, afin de les sensibiliser au recyclage et de leur transmettre les bons gestes de tri :

- Une conférence a été animée par Lemon Tri, afin de présenter le processus de revalorisation des déchets aux collaborateurs ; et
- Un quizz était proposé aux salariés, afin de tester leurs connaissances sur le sujet, avec quelques lots zéro déchet à gagner pour les plus aguerris (kits de lessive à faire soi-même ou encore Furoshiki).

2.3.2.3. Soutenir l'innovation responsable pour transformer les pratiques

2.3.2.3.1. 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.

2.3.2.3.2. Indicateur de performance

Le Groupe a pour objectif d'accompagner plus de 150 entrepreneurs d'ici 2024. 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	Évolution
Nombre d'entrepreneurs accompagnés depuis le début du programme	111	113	1,8%

2.3.2.3.3. Plan d'action : l'accompagnement des entrepreneurs engagés à travers le programme Look Forward

Le programme Look Forward est un véritable accélérateur porté par le Groupe depuis 2015 et qui accompagne chaque année gratuitement et sans prise de participation une vingtaine de 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'événements ponctuels visant à favoriser leur développement ainsi que des mises en relation avec le réseau de partenaires de l'Incubateur.

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.

Depuis décembre 2020, le Groupe a fait le choix de repenser le programme Look Forward et notamment les critères de sélection à l'entrée. Le programme se concentre dorénavant intégralement à l'accompagnement de projets dits « à impact », offrant des produits ou services innovants qui participent à la transformation des industries vers des pratiques plus écoresponsables.

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, à la suite de laquelle les fondateurs des projets retenus sont invités à *pitcher* devant un jury d'experts de Showroomprivé.

Parmi les critères de sélection, la vertu environnementale des projets accompagnés est devenue un critère majeur faisant écho au lancement du programme Move Forward, un programme visant à s'investir davantage chaque année vers des pratiques de production et de consommation plus respectueuses de l'humain et de l'environnement, notamment en capitalisant sur l'innovation.

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.

En 2022, des synergies communes ont été activées entre les startups incubées et le Groupe, qui se sont matérialisées par :

- Un bilan carbone réalisé par Sami et Inuk, deux startups expertes en mesure d'émissions de CO₂ ;
- Une semaine du Printemps de l'Économie Circulaire animée au sein de nos différents sites en mai 2022. Au programme :
 - o Une conférence des startups OMAJ et Les Réparables sur les enjeux de circularité au sein du secteur de la mode ;
 - o Un pop-up de réparation sur notre siège à La Plaine Saint-Denis et dans nos bureaux aux Sables d'Olonne, afin de permettre aux collaborateurs de venir réparer leurs vêtements ; ou encore
 - o Une collecte de vêtements à vendre sur la plateforme d'OMAJ, avec des bacs directement mis à disposition de nos collaborateurs au sein de notre siège.
- Un marché de Noël animé pendant une demi-journée en décembre 2022, afin de permettre aux collaborateurs de découvrir les produits vendus par Le Jouet Simple, Juste ou encore Nemmès (deux startups alumnis).
- Un partenariat avec Infinity, le programme de fidélité de Showroomprivé à destination de ses membres : chaque mois, une startup de l'Incubateur était mise à l'honneur auprès des adhérents du programme, avec la possibilité de proposer un code promotionnel exclusif.

« Ce fut une super année à vos côtés ! Un accompagnement qualitatif, de très belles rencontres et de beaux moments partagés avec vous. Merci à toute l'équipe de l'incubateur pour votre disponibilité et votre bonne humeur résistante à toutes épreuves » Blandine Barré, fondatrice chez Les Réparables.

« Merci à Look Forward et Showroomprivé pour cette opportunité ! Nous avons pu profiter de vos super locaux, des différents workshops qui nous ont permis de monter en compétences sur de nombreux sujets et de votre accompagnement bienveillant tout au long de l'année » Victoire Ambeza, chargée de développement chez Inuk.

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

Le Groupe prend en compte les enjeux relatifs à la lutte contre la corruption, la protection des données personnelles, la protection des droits de l'Homme, et au développement durable dans chacune de ses activités.

Le Groupe entend ainsi contribuer à son échelle à l'Objectif de Développement Durable n°16 : paix, justice et institutions efficaces, en luttant contre la corruption, le non-respect des droits de l'Homme et en assurant une protection efficace des données personnelles traitées.

2.3.3.1.2. Indicateurs de performance

Indicateur de performance	2021	2022	Évolution
Part de collaborateurs formés sur la lutte contre la corruption *	46%	67%	21 pts
*applicable aux salariés ayant une activité avec des partenaires externes			

En 2022, ce sont 67% des salariés des fonctions achats et commerciales ainsi que la régie SRP Média qui ont été formés via un outil de e-learning. Cette augmentation significative vient s'inscrire dans les engagements et ambitions avancés par le Groupe qui compte rester dans cette dynamique d'amélioration continue.

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 2022, aucune alerte n'a été reçue sur ce dispositif.

Indicateur de performance	2020 et 2021	2022	Évolution
Part de collaborateurs formés à la protection des données personnelles*	44%	77%	-3
*applicable aux salariés jouant un rôle fort dans la collecte et le traitement de la donnée tel que précisé dans la note méthodologique			

Le Groupe a pour objectif de former à horizon 2024 100% des salariés jouant un rôle fort dans la collecte et le traitement de la donnée. En 2022, ce sont 77% de ces salariés qui ont été formés via des formations menées par le service juridique du Groupe notamment.

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, et la protection des données personnelles.

- **Lutte anti-corruption**

D'une part, sous l'impulsion de 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 renforcé sa politique de lutte anti-corruption avec la mise en place d'un système de prévention.

Ce déploiement a abouti à l'adoption d'un code de conduite à destination des salariés, à la mise en place d'un dispositif d'alerte en interne afin que les salariés puissent signaler les conduites ou les situations leur paraissant contraires à ce code de conduite et à l'intégration systématique dans les contrats avec les tiers, notamment les marques partenaires, d'une clause anti-corruption.

En 2022, le Groupe a déployé un dispositif de formation en e-learning général à destination des salariés considérés comme étant les plus à même d'être confrontés à cette problématique. Ce dernier a été complété par un module de rappels, qui devra être réalisé chaque année par les salariés formés.

La formation est organisée une fois par an et porte sur deux thématiques principales :

- Les règles de lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts dans le cadre des obligations auxquelles Showroomprivé est soumise (la loi dite " Sapin II ", le code de conduite, savoir détecter les conflits d'intérêts, la politique de cadeaux, etc.).
- Les règles du droit de la concurrence applicables à Showroomprivé dans ses relations avec ses fournisseurs.

L'objectif à horizon 2024 est d'élargir ce dispositif de formation à un maximum de collaborateurs du Groupe munis d'un ordinateur, et de prévoir un rappel annuel.

- **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

³ Variation non calculable en raison du changement de temporalité de référence.

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 une fois par semaine pour échanger et traiter les sujets liés aux données personnelles remontés par les différentes équipes du Groupe ou les membres de la plateforme en ligne de Showroomprivé.

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 mis en place en 2022 un outil de e-learning et formé les fonctions ressources humaines, service client, 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 des droits de l'Homme**

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 de l'Homme et des libertés fondamentales par les fournisseurs du Groupe est considéré comme étant un risque non prioritaire pour le Groupe à l'exception de l'activité de sa marque propre Collection IRL, la part du chiffre d'affaires concernée restant marginale à ce jour. Cette dernière a cependant entamé une démarche visant à accroître la transparence au sein de sa chaîne d'approvisionnement, démarche qu'elle entend accroître et pérenniser jusqu'en 2024. Ainsi, un dialogue a été entamé entre la marque et ses différents fournisseurs, afin de recueillir leurs engagements en matière de respect des droits de l'Homme. L'objectif pour les prochaines années est d'identifier les fournisseurs de rang 2 et 3.

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 Espagne. 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

Move Forward 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 Move Forward. En effet, afin de s'assurer que les fournisseurs figurant sur l'Onglet Move Forward du site Showroomprive.com - dédié à la consommation de produits plus responsables - respectent des valeurs fondamentales pour le Groupe, une Charte Fournisseur Move Forward a été déployée et doit systématiquement être signée, par le biais d'une clause RSE figurant dans les contrats, par les partenaires commerciaux. Cette dernière s'organise autour d'engagements relatifs au respect des droits de l'Homme, la prise en compte des enjeux environnementaux ou encore d'inclusion.

Des formations ont également été déployées en 2022 de manière conjointe entre les deux départements, notamment sur les sujets de mise en conformité de nos activités avec la Loi Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire (AGEC).

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 numérique - 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, et notamment dans les Hauts de France, via une offre de formation gratuite aux métiers du e-commerce.

2.3.3.2.2. Indicateurs de performance

Depuis sa création en 2017, cette formation aux métiers du e-commerce a ainsi accueilli plus de 193 apprenants, répartis en dix promotions. 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.

La Fondation d'Entreprise Showroomprivé a pour objectif d'atteindre 200 apprenants accompagnés et formés aux métiers du e-commerce d'ici 2024.

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%

2.3.3.2.3. Plan d'action

- **L'École du e-commerce Showroomprivé x Oney**

Toujours dans l'objectif de s'inscrire dans des pratiques plus responsables, inclusives et innovantes, la Fondation d'Entreprise a lancé en 2017 son premier projet : l'École du e-commerce.

Ce projet social et d'intérêt général, dont les locaux se trouvent à Roubaix, a pour ambition de redynamiser l'emploi local, tout en permettant aux plus fragiles de renforcer largement leur employabilité dans l'un des secteurs les plus porteurs de notre époque : le numérique. La formation est, depuis sa création, reconnue par l'État, a été labellisée Grande École du Numérique et a reçu le Grand Prix de la Good Économie pour la catégorie École et Formation le 20 octobre 2021.

Le partenariat initié en janvier 2021 avec Oney et le Fonds de Dotation a perduré en 2022, via un module paiement intégré au parcours.

Les apprenants de l'École du e-commerce sont une vingtaine par promotion et bénéficient de cette formation gratuitement, sans prérequis de diplôme, de ressources ou encore de compétences : elle est ouverte aux personnes majeures de tout âge, même débutantes, originaires de Roubaix ou de ses alentours, éloignées de l'emploi ou de la formation, sur seule évaluation de leur motivation. Elle est particulièrement adaptée aux personnes en décrochage scolaire ou en réinsertion professionnelle.

Pour permettre une flexibilité, un mode de travail hybride a par ailleurs été instauré avec la promotion 10 depuis octobre 2022. Des temps en 100% présentiel et 100% distanciel sont donc mis en place pour faciliter les échanges entre apprenants et intervenants et favoriser la montée en compétences.

L'École du e-commerce permet à ses apprenants d'acquérir des connaissances opérationnelles, grâce à des modules de formation pensés selon les besoins des entreprises, aussi bien des PME/TPE que des grands groupes. Les apprenants peuvent également bénéficier depuis juin 2021 d'une spécialisation centrée sur l'intégration de l'aspect transactionnel sur un site de e-commerce, grâce à 140 heures de formation supplémentaires dispensées par les collaborateurs d'Oney. Ce nouveau module permet aux apprenants d'intégrer pendant un mois les équipes d'Oney pour en apprendre plus sur les métiers liés au paiement et à la monétique. Lors de cette quatrième session, ce sont quatre apprenants qui ont suivi cette spécialisation optionnelle.

Au-delà des compétences techniques que les apprenants acquièrent, nécessaires pour évoluer dans ce domaine, cette formation d'une durée de quatre mois vise également à les former sur des compétences professionnelles clés, comme la gestion de projet, et à cultiver leurs soft skills.

Ces connaissances sont notamment transmises par des intervenants en mécénat de compétences, pour faire bénéficier aux apprenants de leur expertise sur leur métier. Il s'agit également d'une belle opportunité pour ces professionnels de s'investir dans un projet RSE à fort impact social et d'être associés à un projet engageant et porteur de sens. En 2022, 45 collaborateurs de Showroomprivé sont intervenus auprès des apprenants de l'École du e-commerce.

Les apprenants ont également pu bénéficier d'interventions de la part des fondateurs de quatre startups incubées au sein de Look Forward (Smartback, La Crème Libre, Biicou et Redonner), qui leur ont fait part de leur expérience en tant qu'entrepreneurs.

L'équipe en charge du programme ayant également à cœur de tisser un réseau d'influence important de structures locales autour du programme de formation, 102 personnes extérieures issues d'entreprises partenaires sont intervenues en 2022 pour partager leur expérience.

Dans le cadre d'un partenariat avec l'accélérateur de marques émergentes et de startups du secteur textile **Maisons de Mode**, la promotion a accueilli le projet de Sofien Abed, dans le but de travailler sur la création de son site vitrine et de e-commerce.

Au-delà de cette participation avec Maisons de Mode, la Fondation d'Entreprise Showroomprivé a développé un lien avec l'association Entrepreneurs dans la Ville. Les apprenants ont ainsi pu développer les projets de plateforme e-commerce pour les projets Sorae, DressbyL et Mylow.

L'année 2022 a ainsi permis d'accueillir 34 personnes en formation. La neuvième promotion s'est déroulée de février à juin 2022 et comptait 18 personnes, la dixième promotion d'octobre 2022 jusqu'en février 2023, et compte 16 personnes. Depuis la création de l'école, ce sont 193 apprenants qui ont suivi la formation au sein de l'École du e-commerce. Enfin, la formation contribue à la féminisation des métiers du numérique, en menant des actions de sensibilisation renforcées auprès des femmes : le 16 avril 2021, l'École du E-commerce a notamment animé plusieurs conférences de sensibilisation aux métiers du numérique auprès de femmes en recherche d'emploi avec l'association HTM'Elles. Ce collectif, créé en 2020, a pour objectif de lutter contre la sous-représentation des femmes dans les métiers du numérique, notamment en passant par la voie de la formation.

La Fondation d'Entreprise Showroomprivé a également renforcé ses actions auprès des prescripteurs afin de promouvoir le programme de formation. Elle a ainsi effectué plus d'une quarantaine d'interventions tout au long de l'année au sein d'organismes partenaires et de l'incubateur Blanchemaille by Euratechnologie où sont situés les locaux de l'école.

Les différentes interventions ont été mises en place avec des interlocuteurs privilégiés des missions locales, des MIE, des Pôle Emploi, des associations comme Entrepreneurs dans la ville, ou encore Sport dans la ville avec son événement Parions Job, qui permet une sensibilisation aux métiers au travers d'activités sportives.

La Fondation d'Entreprise Showroomprivé est également intervenue sur des événements dans des centres sociaux pour être au plus proche des publics qu'elle vise. Elle a notamment réaffirmé sa présence dans des collèges et des lycées avec Wii-Filles pour continuer de présenter la diversité des métiers du e-commerce et du digital à des jeunes filles.

Avec l'association C'possible, l'École du e-commerce a déployé un atelier de transmission "*Morning Digital Boost*". Les apprenants de la promotion 9 ont pu initier un groupe d'une vingtaine de personnes, lycéens et demandeurs d'emploi, à la sécurisation de ses informations, à la créativité et à la gestion de projets. Agir en tant qu'e-commerçant solidaire

2.3.3.2.4. 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.

Ce sont donc trois associations partenaires principales qui ont été soutenues et mises en avant sur les plateformes du Groupe en 2022 : Plastic Odyssey, FIT – Une Femme un Toit & Emmaüs Solidarité.

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.

2.3.3.2.5. 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 2022, puisque 19 événements solidaires ont été organisés en 2022 sur les sites commerçants du Groupe.

Indicateur de performance	2021	2022	Évolution
Nombre d'opérations solidaires organisées chaque année sur nos sites de e-commerce et auprès des collaborateurs	11	19	72.7%

En 2022, le Groupe a organisé 19 opérations solidaires contre 11 en 2021, Cette augmentation s'explique notamment par le fait que nous intégrons désormais les opérations solidaires menées par The Bradery.

Le Groupe a également récolté 138.402 euros destinés aux associations partenaires, et a maintenu ses soutiens auprès d'associations locales et en lien direct avec ses engagements RSE.

Indicateur de performance	2021	2022	Évolution
Montants récoltés destinés aux associations partenaires	148.123 €	138.402 €	-6.6%

2.3.3.2.6. Plan d'action

- Pilier 1 : L'environnement

Plastic Odyssey

Plastic Odyssey a pour vocation de lutter contre et sensibiliser la population à la pollution plastique et aux alternatives locales de recyclage. L'association s'engage notamment dans une expédition en navire qui parcourt les continents depuis le 1^{er} octobre 2022 « pour rassembler et diffuser les solutions face à la pollution plastique ».

Le Groupe Showroomprivé soutient depuis 2020 l'entité Plastic Odyssey Community, davantage concentrée sur la sensibilisation au public.

En 2022, Showroomprivé a soutenu l'association via différents dispositifs :

- **8 juin 2022** : à l'occasion de la Journée de l'Océan, Showroomprivé a mis en avant un relai d'appel aux dons sur le site de Showroomprivé.com et a également reversé à l'association un montant de **10.000 euros**.
- Également, une opération solidaire en lien avec le programme d'abonnement Infinity a été mise en place durant le mois de juin 2022. Celle-ci a permis de reverser 1 euro à l'association pour chaque adhésion au programme.

- Pilier 2 : L'égalité femmes-hommes

L'égalité femmes-hommes est une thématique très importante pour le Groupe Showroomprivé, qui souhaite œuvrer pour l'émancipation des femmes, qui représentent à la fois une grande partie des effectifs de ses collaborateurs.rices (65%), mais aussi une majorité de ses membres.

FIT – Une Femme Un Toit

Pour ce pilier, Showroomprivé a choisi de s'associer à FIT – Une Femme un Toit. Il s'agit d'une association consacrée à l'accompagnement et à l'hébergement de jeunes femmes de 18 à 25 ans, victimes de violences sexistes et sexuelles. Celle-ci compte aujourd'hui trois structures d'accueil qui prennent en charge ces jeunes femmes, les mettent en sécurité et leur permettent de s'émanciper en reprenant le pouvoir sur leur vie en bénéficiant d'aides à la réinsertion.

L'engagement de Showroomprivé envers cette association en 2022 s'est traduit comme suit :

- **8 mars 2022** : à l'occasion de la journée des droits des femmes, une vente solidaire de bijoux a été organisée sur la plateforme de Showroomprivé, au profit de l'association. Ce dispositif a permis de reverser 1€ à l'association pour chaque produit vendu. Showroomprivé a également abondé ce don de 5.000€.
- **Avril 2022** : opération solidaire en lien avec le programme de fidélité Infinity pendant tout le mois. Pour chaque nouvelle inscription, un euro a été reversé à FIT – Une Femme un Toit.
- **Septembre 2022** : A l'occasion de la Semaine européenne du développement durable, Showroomprivé a reçu dans ses locaux de la Plaine Saint-Denis 3 jeunes femmes accompagnées par l'association FIT, Une Femme un Toit. Les participantes à cette journée ont ainsi pu visiter les locaux du Groupe, en apprendre davantage sur ses activités et ses métiers, échanger avec des collaboratrices sur leur parcours et expériences et bénéficier avec les équipes ressources humains d'un atelier C.V et savoir-être entreprise.

Dans l'objectif de venir en aide à des publics plus variés et plus larges dans la lutte pour l'égalité femmes-hommes, Showroomprivé a mené d'autres actions au cours de l'année 2022 en partenariat avec d'autres associations partenaires.

Association Joséphine

Le Groupe s'est associé à différentes occasions à l'association Joséphine, qui a pour objet de soutenir des personnes fragilisées, en grande partie des femmes, en leur permettant, par le biais de soin esthétiques notamment, de retrouver confiance et estime d'elles-mêmes, aussi bien dans la réalisation de leurs projets personnels que professionnels.

L'engagement de Showroomprivé envers cette association en 2022 s'est traduit comme suit :

- **8 mars 2022** : A l'occasion de la journée des droits des femmes, les équipes de stylisme de Collection IRL, ont animé, au salon de beauté de l'association, un atelier collectif de stylisme et de conseil en image visant à **sensibiliser les femmes accompagnées à l'utilisation d'accessoires pour agrémenter leurs tenues**. Un **coaching personnalisé** a ensuite été prodigué à chacune d'entre elles par les stylistes de Collection IRL.
- Aussi, **un don récurrent d'accessoires a été effectué à l'association** (sacs à main, bijoux, foulards...) tout au long de l'année, afin qu'ils soient ajoutés au « dressing » de celle-ci, mis à la disposition des bénéficiaires.

Odyssea

Depuis plus de 5 ans, Showroomprivé apporte son soutien à la **lutte contre le cancer du sein**, en s'engageant aux côtés de l'association Odyssea, qui organise des courses et marches caritatives dont les bénéfices sont reversés à la recherche contre cette maladie. La marque propre IRL a participé à une opération dans le cadre d'Octobre Rose, via la vente sur le site showroomprivé.com, de coffrets

spécialement conçus pour l'occasion, contenant des produits Même Cosmetics, marque qui développe des cosmétiques dédiés aux besoins des personnes sous traitements, ainsi qu'un accessoire de la marque propre IRL. Deux coffrets ciblant différents besoins des personnes atteintes étaient disponibles à la vente durant tout le mois d'octobre 2022.

Du 1^{er} au 7 octobre Kitchen Aid et Showroomprivé se sont également associés pour Octobre Rose lors d'une vente solidaire où 100% des fonds issus des ventes a été reversés à l'association Odyssea. Un partenariat avec Aubade a également été réalisé. Showroomprivé a versé la somme de cinq euros à l'Association Odyssea pour chaque commande passée d'au moins un produit de cette vente.

Enfin, un montant total de 10.000 € a été reversé à l'association par le Groupe.

- **Pilier 3 : L'inclusion**

Emmaüs Solidarité

Emmaüs Solidarité est une structure qui vient en aide aux personnes en grande difficulté sociale et qui œuvre en faveur de la réinsertion sociale par le logement, grâce à plus de 110 dispositifs d'accompagnement.

En 2022, Showroomprivé a plus particulièrement choisi d'accompagner l'association dans un programme spécifique de formation « **FLE numérique** » auprès d'une dizaine personnes hébergés au sein de ces centres, ayant pour but de répondre aux besoins des personnes accompagnées d'acquérir à la fois les compétences linguistiques et numériques nécessaires à leur pleine autonomie. Le programme de formation en 165 heures se décompose en trois volets permettant aux participants de se former en simultané à l'apprentissage du français, du numérique et à la maintenance des outils informatiques. Cette formation leur permettra d'augmenter leur employabilité et leur capacité à suivre d'autres formations, d'être autonome dans la réalisation de démarches de la vie courante et de s'équiper en matériel reconditionné.

En 2022, les opérations suivantes ont été menées par Showroomprivé afin de soutenir entre autres ce projet :

- **Avril 2022 : Showroomprivé a soutenu des réfugiés ukrainiens via un appui financier et en réalisant en interne une collecte de matériel de puériculture.** De nombreux cartons ont pu être redistribués aux familles ukrainiennes hébergés par l'association Emmaüs Solidarité. Un appel aux dons auprès des membres a également été lancé en parallèle sur la plateforme de vente Showroomprivé avec la Fondation de France pour venir en aide aux déplacés dans les pays limitrophes. Showroomprivé a abondé le don d'un montant de 5.000 €.
- **Mai 2022 : Opération solidaire en lien avec le programme de fidélité Infinity sur tout le mois :** pour chaque inscription, un euro a été reversé à Emmaüs Solidarité. L'association a donc pu bénéficier d'un don d'un montant de 4.610 € afin de lancer le programme de formation FLE numérique.
- **Décembre 2022 :** un soutien financier de 10.000 € a également été versé au Pôle Compétences de l'Association Emmaüs solidarité pour financer la formation FLE numérique. L'équipe RSE s'est par ailleurs rendue en décembre 2022 dans les locaux de l'association afin de rencontrer ces personnes formées et d'échanger avec elles sur leurs ressentis et leurs apprentissages.

Tremmä

Aussi, Showroomprivé favorise l'inclusion à travers son partenariat avec **Trëmma**, plateforme de crowdfunding de la communauté Emmaüs, lancé en avril 2021. A travers celui-ci, le Groupe encourage ses membres à donner les objets en état de fonctionnement qu'ils n'utilisent plus, en les postant sur la plateforme dédiée. La totalité des bénéfices récoltés est reversée à un projet solidaire défendu par Emmaüs France, choisie par le membre à l'origine de la vente de l'objet. En 2022, le projet FLE numérique soutenu directement par Showroomprivé, l'était également par Trëmma.

2 Déclaration de performance extra-financière

Tableau de synthèse de chaque indicateur

En octobre 2022, Showroomprivé a renforcé son partenariat avec Trëmma en l'intégrant directement à son programme Second Show, afin d'accroître sa visibilité sur la plateforme et de proposer aux membres de revaloriser leurs produits de manière solidaire.

Par ailleurs, un don d'inventus de prêt-à-porter a été effectué auprès de Trëmma, afin d'alimenter la plateforme Label, pour une valeur de plus de 19.000 euros.

Dons associatifs à des associations internationales :

A l'occasion de la journée du 8 mars 2022 dédiée aux droits des femmes, un don de 3 000€ a été effectué à trois associations internationales présentes dans les pays où Showroomprivé est implanté (soit 9 000€ en tout) :

- Telefono Rosa en Italie ;
- Mujeres in Igualdad en Espagne ;
- Coracoes com coroa au Portugal.

De plus, une mise en avant de chacune de ces associations a également été réalisée sur les plateformes italienne, espagnole et portugaise du site showroomprive.com, pour permettre aux membres de découvrir leurs actions.

Également, une mise en avant d'associations belges, portugaises, italiennes et espagnoles a été effectuée sur nos différentes plateformes à l'occasion d'Octobre Rose en octobre 2022. Un don de 10 000 euros a par ailleurs été réparti entre chacune de ces associations.

2.4. Tableau de synthèse de chaque indicateur

Indicateurs de performance	2021	2022	Évolution
Effectif du Groupe (hors stagiaires)	1.097	1.119	2%
% de salariés d'une filiale française du Groupe	93,8%	93%	-0.8 pts
Part des CDI	91%	90%	-1 pts
Taux de rotation	19,5%	22,7%	3.2 pts
Heures de formation/salarié	11 heures 20 minutes	4 heures 22 minutes	-
<i>Dont femmes (en %)</i>	68 %	46%	-
<i>Dont hommes (en %)</i>	32 %	54%	-
% de salariés en CDI couverts par un entretien annuel	100%	100%	-
Taux d'absentéisme	8,69%	5,39%	-3,3 pts
Pourcentage de collaborateurs ayant réalisé au moins une activité civique au cours de l'exercice (nouveau sur l'exercice	-	6,8%	-

2022, cet indicateur ne dispose pas de donnée N-1)			
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	-6,7%
Pourcentage de femmes managers	54,3%	53,1%	-1,2 pts
Nombre de visites sur l'onglet	1,5 million	378.853	-74,7%
Nombre de ventes plus responsables	530	510	-3,8%
Consommation d'énergie par salarié (MWh)	6,77	5,32	-21%
Émissions de CO ₂ associées par salarié (T eq CO ₂) ⁴	1,08	0,82	-24%
Proportion d'emballages recyclables utilisés pour l'expédition des commandes	97,2%	98,6%	1,4 pts
Part de matière recyclée dans les emballages d'expédition	60%	91,2%	31,2 pts
Quantité totale de déchets émis sur site par salarié en tonnes	0,870	1.27	46%
Nombre d'entrepreneurs accompagnés depuis le début du programme	111	113	1,8%
Part de collaborateurs formés sur la lutte contre la corruption *	46%	67%	21 pts
*applicable aux salariés ayant une activité avec des partenaires externes			
Nombre d'alertes reçues sur le dispositif d'alerte anti-corruption	0	0	-
Part de collaborateurs formés à la protection des données personnelles*	44%	77%	-
*applicable aux salariés jouant un rôle fort dans la collecte et le traitement de la donnée tel que précisé dans la note méthodologique			

⁴ 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.

Nombre d'apprenants accompagnés et formés aux métiers du e-commerce depuis sa création en 2017	159	193	21.4%
Nombre d'opérations solidaires organisées chaque année sur nos sites de e-commerce et auprès des collaborateurs	11	19	72.7%
Montants récoltés destinés aux associations partenaires	148.123 €	138.402 €	-6.6%

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. The Bradery ayant été intégrée au Groupe en mai 2022, certains indicateurs n'intégreront pas nécessairement la filiale. Elle sera en revanche intégrée de manière plus exhaustive dans la DPEF 2023.

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. 71,1), SRP Logistique (ca. 15,8%), Beauté Privée (ca. 3,2%), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,7%), Saldi Privati SRL (ca. 2,9%), SRP GROUP SA (ca. 0,2%) et Showroomprive Maroc (0,4%) et ABC Sourcing, et The Bradery (2,7%) 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. 71,1), SRP Logistique (ca. 15,8%), Beauté Privée (ca. 3,2%), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,7%), Saldi Privati SRL (ca. 2,9%), SRP GROUP SA (ca. 0,2%) et Showroomprive Maroc (0,4%) et ABC Sourcing, et The Bradery (2,7%) 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. 71,1), SRP Logistique (ca. 15,8%), Beauté Privée (ca. 3,2%), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,7%), Saldi Privati SRL (ca. 2,9%), SRP GROUP SA (ca. 0,2%) et Showroomprive Maroc (0,4%) et ABC Sourcing, et The Bradery (2,7%) 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'intérim.
			Nombre d'heures de formation par salarié	Showroomprivé.com (ca. 71,1), Beauté Privée (ca. 3,2%), soit 74,3% 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 et BP. L'indicateur est calculé par rapport aux effectifs moyens de ces mêmes entités sur la période 2022.
			Taux de rotation	Consolidation financière : Showroomprivé.com (ca. 71,1), SRP Logistique (ca. 15,8%), Beauté Privée (ca. 3,2%), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,7%), Saldi Privati SRL (ca. 2,9%), SRP GROUP SA (ca. 0,2%) et Showroomprive Maroc (0,4%) et ABC Sourcing, et The Bradery (2,7%) 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) 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 2022.
			Pourcentage de salariés en CDI couverts par un entretien annuel	Consolidation financière : Showroomprivé.com (ca. 71,1), SRP Logistique (ca. 15,8%), Beauté Privée (ca. 3,2%), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,7%), Saldi Privati SRL (ca. 2,9%), SRP GROUP SA (ca. 0,2%) et Showroomprive Maroc (0,4%) et ABC Sourcing, et The Bradery (2,7%) 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. 71,1%), SRP Logistique (ca. 15,8%), Beauté Privée (ca. 3,2%), SRP GROUP SA (0,2%) soit 90,3% des effectifs du Groupe.	Correspond au nombre d'heures d'absence du 01/01/2022 au 31/12/2022 divisé par le nombre d'heures de travail sur cette même période. Les absences incluent les accidents de travail et les absences maladie. Sont inclut 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. 71,1), SRP Logistique (ca. 15,8%), Beauté Privée (ca. 3,2%), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,7%), Saldi Privati SRL (ca. 2,9%), SRP GROUP SA (ca. 0,2%) et Showroomprive Maroc (0,4%) et ABC Sourcing, et The Bradery (2,7%) 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, 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	Showroomprivé.com (ca. 71,1), SRP Logistique (ca. 15,8%), Beauté Privée (ca. 3,2%), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,7%), Saldi Privati SRL (ca. 2,9%), SRP GROUP SA (ca. 0,2%), Showroomprive Maroc (0,4%) et ABC Sourcing, soit 97,3% 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.
	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. 71,1%), SRP Logistique (ca. 15,8%), SRP GROUP SA et Showroomprive Maroc (0,4%), soit 87,3% des effectifs du Groupe.	Le nombre de visites comptabilisé concerne l'onglet Move Forward présent sur le site Showroomprive.com.

AGIR POUR L'ENVIRONNEMENT			• Nombre de ventes plus responsables	Showroomprivé.com (ca. 71,1%), SRP Logistique (ca. 15,8%), SRP GROUP SA et Showroomprive Maroc (0,4%), soit 87,3% des effectifs du Groupe.	Le nombre de ventes comptabilisé concerne l'onglet Move Forward présent sur le site Showroomprive.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. 71,1%), SRP Logistique (ca. 15,8%), Beauté Privée (ca. 3,2%), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,7%), SRP GROUP SA et Showroomprive Maroc (0,4%), soit 94,2% des effectifs du Groupe.	Les emballages utilisés pour l'expédition des commandes correspondent aux emballages achetés au cours de l'exercice 2022. 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. 71,1%), SRP Logistique (ca. 15,8%), Beauté Privée (ca. 3,2%), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,7%), SRP GROUP SA et Showroomprive Maroc (0,4%), soit 94,2% 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 2022. 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.
		-Risques opérationnels liés au réchauffement climatique -Risque lié à la non-conformité réglementaire	• Consommation d'énergie et émissions de CO ₂ associées par salarié	Showroomprivé.com (ca. 71,1%), SRP Logistique (ca. 15,8%), Beauté Privée (ca. 3,2%), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,7%), Saldi Privati SRL (ca. 2,9%), SRP GROUP SA (ca. 0,2%), Showroomprive Maroc (0,4%) et ABC Sourcing, soit 97,3% 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.

			Quantité totale de déchets émis sur les sites par salarié	Showroomprivé.com (c.a 71,1%), SRP Logistique (c.a 15,8%), Beauté Privée (c.a 3,2%), SRP GROUP SA (ca. 0,2%), et ABC Sourcing, soit environ 90,3% des effectifs. La donnée chiffrée relative aux déchets collectés des entités Showroomprivé Spain SLU et Saldi Privati SRL ne sont pas intégrées dans le reporting car ne peuvent être quantifiées, mais représentent ensemble environ 6,6% des effectifs.	Correspond à l'ensemble des déchets émis sur les sites divisé par le total des effectifs du Groupe. Pour le site de l'entité Showroomprivé.com situé à Roubaix, la quantité de Déchets Industriels Banal est disponible depuis avril 2022. Les données pour le site de l'entité Showroomprivé.com situé à Olonne sur Mer ne sont disponibles que depuis l'exercice 2022.
	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. 71,1), SRP Logistique (ca. 15,8%), Beauté Privée (ca. 3,2%), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,7%), Saldi Privati SRL (ca. 2,9%), SRP GROUP SA (ca. 0,2%), Showroomprive Maroc (0,4%) et ABC Sourcing, et The Bradery (2,7%) 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.
AGIR RESPONSABLE ET SOLIDAIRE	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)	Showroomprivé.com (ca. 71,1%), SRP Logistique (ca. 15,8%), Beauté Privée (ca. 3,2%), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,7%), Saldi Privati SRL (ca. 2,9%), SRP GROUP SA (ca. 0,2%), soit 96,9% des effectifs du Groupe. Indicateur limité aux salariés en CDI et CDD qui occupent les fonctions achats et commerciales ainsi que la régie SRP Média.	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 31/12/22.
			Nombre de demandes reçues sur le dispositif d'alerte anti-corruption	Showroomprivé.com (ca. 71,1), SRP Logistique (ca. 15,8%), Beauté Privée (ca. 3,2%), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,7%), Saldi Privati SRL (ca. 2,9%), SRP GROUP SA (ca. 0,2%) et Showroomprive Maroc (0,4%) et ABC Sourcing, soit 97,3% 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)	Showroomprivé.com (ca. 71,1%), SRP Logistique (ca. 15,8%), Beauté Privée (ca. 3,2%), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,7%), %, Saldi Privati SRL (ca. 2,9%), %, SRP GROUP SA (ca. 0,2%) et Showroomprive Maroc (0,4%) et ABC Sourcing, soit 97,3% des effectifs du Groupe. Indicateur limité aux salariés en CDI et CDD qui occupent les fonctions ressources humaines, service client, marketing et business Intelligence ainsi que la régie SRP Média.	La part de collaborateurs formés à la protection des données personnelles est calculée sur l'exercice 2022, et inclut notamment les salariés en CDI et CDD qui occupent les fonctions ressources humaines, service client, marketing et business Intelligence ainsi que la régie SRP Média.
	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. 71,1), SRP Logistique (ca. 15,8%), Beauté Privée (ca. 3,2%), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,7%), Saldi Privati SRL (ca. 2,9%), SRP GROUP SA (ca. 0,2%) et Showroomprive Maroc (0,4%) et ABC Sourcing, et The Bradery (2,7%) 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. 71,1), SRP Logistique (ca. 15,8%), Beauté Privée (ca. 3,2%), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,7%), Saldi Privati SRL (ca. 2,9%), SRP GROUP SA (ca. 0,2%) et Showroomprive Maroc (0,4%) et ABC Sourcing, et The Bradery (2,7%) soit 100% des effectifs du Groupe.	Les opérations solidaires incluent sur l'exercice 2022 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. 71,1), SRP Logistique (ca. 15,8%), Beauté Privée (ca. 3,2%), Showroomprive Spain SLU (ca. 3,7%), Saldi Privati SRL (ca. 2,9%), SRP GROUP SA (ca. 0,2%) et Showroomprive Maroc (0,4%) et ABC Sourcing, et The Bradery (2,7%) soit 100% des effectifs du Groupe.	Les montants récoltés sur l'exercice 2022 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 des activités économiques durables 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 carbone⁵.

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)⁶, le Groupe Showroomprivé est tenu depuis l'exercice 2021, de communiquer sur, la part de ses activités considérées comme durables au sens de la classification et des critères définis dans la Taxonomie pour les deux premiers objectifs environnementaux :

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

Dans la continuité de la mise en application de la Taxonomie, Showroomprivé devra, à partir de l'exercice 2024, 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

⁵ https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/sustainable-finance/eu-taxonomy-sustainable-activities_fr

⁶ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32020R0852&from=F>

Pour l'exercice 2022, 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 à l'un des deux premiers objectifs de la Taxonomie.

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 annexes⁷ 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 publier⁸.

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, la clarification de certaines activités par le régulateur, et 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 visant à couvrir les deux points de la Taxonomie qui sont actuellement appliqués : l'atténuation d'une part, puis l'adaptation au changement climatique d'autre part, comme vu précédemment.

A ce titre, Showroomprivé a initié des démarches notamment en matière 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.

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

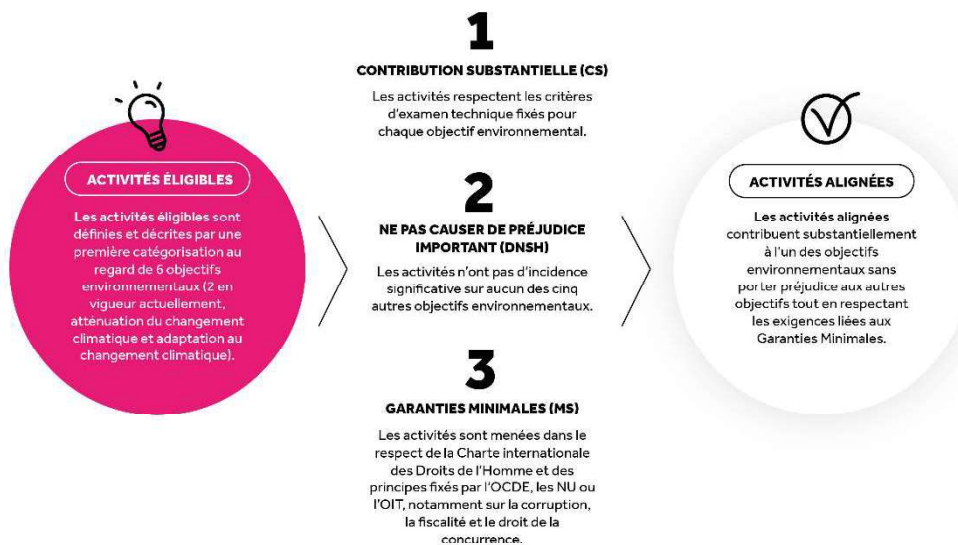
Dans le cadre des deux premiers objectifs climatiques, la Commission européenne a priorisé les secteurs d'activités ayant une contribution majeure aux émissions de gaz à effet de serre au niveau de l'UE.

- 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. Elle devient alors alignée une fois que l'ensemble des critères techniques sont satisfaits.

⁷ [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=PL_COM:C\(2021\)2800&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=PL_COM:C(2021)2800&from=EN)

⁸ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32021R2178&from=EN>

ALIGNEMENT DES ACTIVITÉS AU SENS DE LA TAXONOMIE



2.6.4. Évaluation et méthodologie

2.6.4.1. Calcul des indicateurs

- Chiffre d'affaires

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 2022.

Les informations financières utilisées ont été sourcées via les process 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 les dépenses d'investissements (CAPEX) présentées dans les Annexes financières.

Sur la base de cette analyse et malgré l'engagement du Groupe Showroomprivé pour réduire ses émissions de GES et sa contribution à l'économie circulaire, Showroomprivé n'a identifié aucun chiffre d'affaires éligible au titre de l'exercice 2022 dans la mesure où les activités du Groupe ne sont pas décrites dans les actes délégués, à la date de publication du présent document.

En effet, le secteur du commerce de détail n'étant pas considéré comme ayant une contribution substantielle au regard de ces deux premiers objectifs, les activités du Groupe ne sont pas éligibles au sens du Règlement Taxonomie.

- CAPEX

L'analyse de l'éligibilité des dépenses d'investissements (CAPEX) a principalement porté sur l'identification de celles 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 aux dépenses sur les droits d'utilisation calculés en application de la norme IFRS 16, principalement associés aux locations des bâtiments en tant que « mesures individuelles » et aux travaux favorisant l'efficacité énergétique. Ces investissements correspondent, conformément aux dispositions de la Taxonomie, aux catégories suivantes :

- 7.3 Installation, maintenance et réparation d'équipements favorisant l'efficacité énergétique (i.e remplacement du dispositif d'éclairage par des sources lumineuses écoénergétique (LED))
- 7.7 Acquisition et propriété de bâtiments (i.e les droits d'utilisation IFRS 16 issus de l'acquisition de The Bradery sur la période).

L'indicateur CAPEX est défini comme le total des mesures individuelles éligible 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). Pour plus de détails sur les principes comptables concernant les CAPEX, cf. notes 5.2 et 5.3 des états financiers intégrés au document d'enregistrement universel 2022.

Le total des dépenses d'investissement peut être rapproché des états financiers, cf. notes 5.2 et 5.3 intégrés au document d'enregistrement universel 2022. 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.

		2021	2022	Variation
Éligibilité	Éligibilité	-	-	-
	Numérateur (éligibilité)	2,9 m€	0,87 m€	-2,03
	Dénominateur	12,18 m€	18,1 m€	-5,92
	Indicateur exprimé en %	23,89%	4,81%	-19,01 pts
	Numérateur (éligibilité)	N/A	0 m€	-
Alignement	Dénominateur	N/A	18,1 m€	-
	Indicateur exprimé en %	N/A	0%	-

- OPEX :

Les dépenses d'exploitation retenues par le groupe en application des dispositions de la Taxonomie, telles que prévue en 2022, 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 charges opérationnelles du groupe cf. Notes 5.2 et 5.3 des états financiers.

Dans la mesure où la valeur de ce ratio est de 3,2% 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.

Ce premier exercice d'alignement 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 d'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 2022 constitue un premier exercice d'alignement, les analyses de risques liées à l'adaptation au changement climatique et les autres objectifs visés par la Taxonomie n'ont pu être réalisées avec le niveau de granularité exigé.

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

Comme évoqué précédemment, une première analyse des risques climatiques physique qui pèsent sur le Groupe a été menée en début d'année 2023 afin de prévenir de la vulnérabilité de ses activités face aux conséquences du réchauffement climatique et ainsi de développer un plan d'action en conséquence. Showroomprivé a dans un premier temps concentré ses efforts 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 dresse 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, nous pouvons 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 climatiques 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 le cadre de ce premier exercice d'alignement. 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 travaille sur la réalisation d'une Charte éthique à destination des fournisseurs de sa marque propre IRL qui vient fixer le cadre éthique à tenir et que IRL se fixe dans les relations avec ces derniers. Cet engagement est également visible à travers la Charte fournisseurs Move Forward dont Showroomprivé s'est doté, qui vient ancrer de façon plus large ce cadre responsable avec l'ensemble de ses partenaires commerciaux, tant sur le plan social qu'environnemental. En parallèle, le Groupe envisage à court – moyen terme de recourir à des audits de manière plus fréquente et poussée de ses fournisseurs afin de garantir le caractère responsable de ses partenariats commerciaux.
- 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 anti-corruption 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 à 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.

Le Groupe Showroomprivé s'est également intéressé aux critères de contribution substantielle de l'activité « 7.7 Acquisition et propriété de Bâtiment » en lien avec les critères de performance énergétique du bâtiment loué. Les résultats du Diagnostic de performance énergétique de ce dernier ne sont pas suffisamment satisfaisants pour répondre au niveau d'exigence de la Taxonomie et donc pour valider l'alignement de cet immeuble.

2.6.5. 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. Les objectifs de la stratégie, ainsi que les résultats 2021, 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 1 et 2 d'atténuation et d'adaptation au changement climatique.

2 Déclaration de performance extra-financière

Taxonomie européenne

SRP.groupe

2.6.6. Tableaux réglementaires

En millions d'euros

En millions d'euros				Contribution substantielle							DNSH							Proportion de chiffre d'affaires aligné en année N (18)	Proportion de chiffre d'affaires aligné en année N-1 (19)	Catégorie (activité habilitante) (20)	Catégorie (activité transitoire) (21)
Activités économiques (1)	Code(s) (2)	Chiffre d'affaires total (3)	% de chiffre d'affaires (4)	Atténuation du changement climatique (5)	Adaptation au changement climatique (6)	Eau et ressources marines (7)	Economie circulaire (8)	Pollution (9)	Biodiversité et écosystèmes (10)	Atténuation du changement climatique (11)	Adaptation au changement climatique (12)	Eau et ressources marines (13)	Economie circulaire (14)	Pollution (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)																					
Chiffre d'affaires des activités durables sur le plan environnemental (alignées) (A.1.)	N/A	0	0,00%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0,00%				
A.2. Activités éligibles à la Taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées)																					
Chiffre d'affaires des activités éligibles à la Taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées) (A.2.)	N/A	0	0,00%																		
TOTAL (A.1. + A.2.)	N/A	0	0,00%																		
B. ACTIVITES NON ELIGIBLES A LA TAXONOMIE																					
Chiffre d'affaires des activités non éligibles à la Taxonomie (B.)		657,37	100,00%																		
TOTAL (A. + B.)		657,37	100,0%																		

En millions d'euros

En millions d'euros				Contribution substantielle							DNSH							Proportion de dépenses d'investissement alignées en année N (18)	Proportion de dépenses d'investissement alignée en année N-1 (19)	Catégorie (activité habilitante) (20)	Catégorie (activité transitoire) (21)		
Activités économiques (1)	Code (2)	Dépenses d'investissement totales (3)	% de dépenses d'investissement (4)	Atténuation du changement climatique (5)	Adaptation au changement climatique (6)	Eau et ressources marines (7)	Economie circulaire (8)	Pollution (9)	Biodiversité et écosystèmes (10)	Atténuation du changement climatique (11)	Adaptation au changement climatique (12)	Eau et ressources marines (13)	Economie circulaire (14)	Pollution (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)																							
Dépenses d'investissement des activités durables sur le plan environnemental (alignées) (A.1.)		N/A	0	0,00%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0,00%						
A.2. Activités éligibles à la Taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées)																							
7.3 « Installation, maintenance et réparation d'équipements favorisant l'efficacité énergétique »		7,3	0,06	0,3%																			
7.7 « Acquisition et propriété de bâtiments »		7,7	0,81	4,5%																			
Dépenses d'investissement des activités éligibles à la Taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées) (A.2.)			0,87	4,8%																			
TOTAL (A.1. + A.2.)			0,87	4,8%																			
B. ACTIVITES NON ELIGIBLES A LA TAXONOMIE																							
Dépenses d'investissement des activités non éligibles à la Taxonomie (B.)			17,23	95,2%																			
TOTAL (A. + B.)			18,10	100,0%																			

Document d'enregistrement universel 2022

2 Déclaration de performance extra-financière

Taxonomie européenne

SRP.groupe

En millions d'euros

En millions d'euros				Contribution substantielle							DNSH							Proportion de dépenses d'exploitation alignées en année N (18)	Proportion de dépenses d'exploitation alignées en année N-1 (19)	Catégorie (activité habitante) (20)	Catégorie (activité transitoire) (21)			
Activités économiques (1)	Code(s) (2)	Dépenses d'exploitation totales (3)	% de dépenses d'exploitation (4)	Atténuation du changement climatique (5)	Adaptation au changement climatique (6)	Eau et ressources marines (7)	Economie circulaire (8)	Pollution (9)	Biodiversité et écosystèmes (10)	Atténuation du changement climatique (11)	Adaptation au changement climatique (12)	Eau et ressources marines (13)	Economie circulaire (14)	Pollution (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)																								
Dépenses d'exploitation des activités durables sur le plan environnemental (alignées) (A.1.)	N/A	0	0,00%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0,00%		N/A	N/A				
A.2. Activités éligibles à la Taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées)																								
Dépenses d'exploitation des activités éligibles à la Taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées) (A.2.)	N/A	0	0,00%																					
TOTAL (A.1. + A.2.)	N/A	0	0,00%																					
B. ACTIVITES NON ELIGIBLES A LA TAXONOMIE																								
Dépenses d'exploitation des activités non éligibles à la Taxonomie (B.)	N/A	0,00	0%																					
TOTAL (A. + B.)	N/A	19,02	0%																					

2 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)

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)

SRP Groupe S.A.

Siège social : 1, rue des Blés ZAC Montjoie, 93212 La Plaine Saint-Denis

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

Exercice clos le 31 décembre 2022

A l'assemblée générale,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre groupe (ci-après « entité ») désigné organisme tiers indépendant ou OTI (« tierce partie »), accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-18849, nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques (constatées ou extrapolées) de la déclaration consolidée de performance extra-financière, préparées selon les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel »), pour l'exercice clos le 31 décembre 2022 (ci-après respectivement les « Informations » et la « Déclaration »), présentée dans le rapport de gestion du Groupe en application des dispositions des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

Conclusion

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la Déclaration est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

2 **Déclaration de performance extra-financière**

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)

Préparation de la déclaration de performance extra-financière

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les Informations permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les Informations doivent être lues et comprises en se référant au Référentiel dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration (ou disponibles sur le site internet ou sur demande au siège de l'entité).

Limites inhérentes à la préparation des Informations

Les Informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques ou économiques et à la qualité des données externes utilisées. Certaines informations sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenues pour leur établissement et présentées dans la Déclaration.

Responsabilité de l'entité

Il appartient à la direction de :

- sélectionner ou établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- préparer une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance et par ailleurs les informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte) ;
- préparer la Déclaration en appliquant le Référentiel de l'entité tel que mentionné ci-avant ; ainsi que
- mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement des Informations ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

La Déclaration a été établie par le Conseil d'administration.

Responsabilité du commissaire aux comptes désigné OTI

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

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du code de commerce ;
- la sincérité des informations historiques (constatées ou extrapolées) fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225-105 du code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques.

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les Informations telles que préparées par la direction, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites Informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Il ne nous appartient pas de nous prononcer sur :

- le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables (notamment en matière d'informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte), et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale) ;
- la sincérité des informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte) ;
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225 1 et suivants du code de commerce, à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention, notamment l'avis technique de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes, *Intervention du commissaire aux comptes, intervention de l'OTI – Déclaration de performance extra-financière*, tenant lieu de programme de vérification, et à la norme internationale ISAE 3000 (révisée)¹⁰.

Indépendance et contrôle qualité

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

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de six personnes et se sont déroulés entre janvier et juin 2023 sur une durée totale d'intervention de quatre semaines.

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

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les Informations.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée :

- Nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;

¹⁰ ISAE 3000 (révisée) - Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information

**2 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)**

- Nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- Nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale ainsi que de respect des droits de l'homme et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ;
- Nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques et comprend, le cas échéant, une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2^{ème} alinéa du III de l'article L. 225-102-1 ;
- Nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services, ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques ;
- Nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
 - apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus, au regard des principaux risques et politiques présentés, et
 - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes présentées en Annexe. Nos travaux ont été menés au siège de l'entité consolidante.
- Nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 avec les limites précisées dans la Déclaration ;
- Nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- Pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants présentés en Annexe, nous avons mis en œuvre :
 - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
 - des tests de détail sur la base de sondages ou d'autres moyens de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés au siège de l'entité et couvrent 100% des données consolidées sélectionnées pour ces tests ;
- Nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une mission d'assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une mission d'assurance raisonnable effectuée selon la doctrine

2 **Déclaration de performance extra-financière**
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)

SRP.groupe

professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Paris-La Défense, le 8 juin 2023

KPMG S.A.

Jérôme Lo Iacono
Associé

Anne Garans
Experte ESG

Annexe

Informations qualitatives (actions et résultats) considérées les plus importantes

Politique de gestion des compétences et de formation des salariés

Dispositifs d'évaluation du bien-être des collaborateurs et certification « Great Place to Work »

Mesures prises en faveur de l'employabilité pérenne et inclusive

Actions en faveur d'une consommation responsable

Engagements et actions de réduction de l'impact environnemental des activités

Procédures mises en place en matière de bonne conduite des affaires et de lutte contre la corruption

Mesures engagées en faveur des droits de l'Homme

Politiques et dispositifs mis en place en matière de gestion numérique éthique et responsable

Actions solidaires et responsables

Indicateurs clés de performance et autres résultats quantitatifs considérés les plus importants

Effectif total au 31.12

Taux de rotation

Nombre d'heures de formation par salarié

Taux d'absentéisme

Pourcentage de femmes managers

Consommation d'énergie et émissions de CO₂ associées par salarié

Quantité totale de déchets émis sur les sites par salarié

Part de matière recyclée dans les emballages d'expédition

Proportion d'emballages recyclables utilisés pour l'expédition des commandes

Pourcentage de collaborateurs ayant réalisé au moins une activité civique au cours de l'exercice

Part des salariés formés à la protection des données personnelles
