

RAPPORT SUR LA RESPONSABILITE SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE DE L'ENTREPRISE

INTRODUCTION

SRP Groupe reconnaît que ses activités ont un impact à la fois sur la société et l'environnement. L'identification des opportunités et risques associés constitue un levier d'action pour concilier pilotage économique et réduction des impacts.

Le présent rapport donne un aperçu des actions et politiques engagées par SRP Groupe. Conformément aux dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de Commerce figurent ci-après 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.

- La période de reporting est l'année civile, du 1^{er} janvier 2017 au 31 décembre 2017.
- Le périmètre de reporting correspond, sauf mention spécifique, aux activités de SRP Groupe et de ses filiales.
- Les informations publiées ci-après ont été fournies par les différentes directions en charge ou calculées à partir de données fournies par ces mêmes contributeurs ou tiers externes. Les éventuelles précisions ou spécificités méthodologiques sont mentionnées en fin de rapport ainsi qu'au regard des informations publiées le cas échéant.

INFORMATIONS SOCIALES

I. Emploi

L'esprit de SRP Groupe, c'est un engagement fort dans une politique de création d'emplois ambitieuse. Son développement s'appuie sur une culture d'entreprise qui favorise l'épanouissement et la stimulation de ses 1 070 salariés (au 31/12/2017). 79 % des équipes ont moins de 36 ans.

1. L'effectif

Au 31 décembre 2017, l'effectif du Groupe était de 1 070 salariés dans le monde, contre 877 salariés au 31 décembre 2016, soit une augmentation de 22 %. Cette augmentation significative s'explique par l'acquisition de la société italienne Saldi Privati (56 collaborateurs) et de la société ABC Sourcing (7 collaborateurs) faisant désormais partie intégrante des données du Groupe.

L'évolution des effectifs du Groupe au cours des trois derniers exercices s'établit comme suit :

Effectif physique total	2015	2016	2017
Monde	826	877	1 070
dont France	807	844	957

Les salariés du Groupe sont employés par diverses filiales de la Société, toutes situées en Europe, la majeure partie des effectifs étant employée par des filiales situées en France.

Parmi les salariés du Groupe, certains ont une activité spécifiquement orientée vers d'autres pays que la France.

Aux 31 décembre 2016 et 2017, l'affectation par entité juridique des 1 070 salariés du Groupe était la suivante :

Effectif physique par entité juridique	31 décembre 2016	31 décembre 2017
SRP Groupe S.A.	4	2
Showroomprive.com S.a.r.l.	693	807
SRP Logistique S.a.r.l.....	147	141
Showroomprive Store S.a.r.l.....	0	0
Showroomprive Germany GmbH.....	2	13
Showroomprive Spain SLU	28	43
Showroomprive Italy S.r.L	3	0
SALDI PRIVATI SRL.....	0	56
ABC SOURCING.....	0	7
SRP MAROC	0	1
TOTAL	877	1 070

La quasi-totalité des salariés est employée par des filiales du Groupe situées en France.

- **Répartition des effectifs par activité**

Au 31 décembre 2017, les salariés se répartissent de la façon suivante entre les différentes activités du Groupe :

Département	31 décembre 2017
Achats	192
Agence interne	22
Communication financière	4
Comptabilité	20
Contrôle de gestion	12
Direction générale	8
DSI	64
Flux & Approvisionnements	32
Fondation	3
Grand Planning	14
International	5
IRL	9
IT Projets	37
IT Support	7
Juridique	5

Logistics	166
Look forward	1
Marketing B to B	5
Marketing B to C	26
Relation presse	7
Ressources humaines	15
Sales factory	255
Service clients	79
Services généraux	9
Transport	5
Wholesale	11
SALDI PRIVATI SRL	56
SRP MAROC	1

- **Répartition des effectifs par type de contrat**

La répartition des effectifs par type de contrat aux 31 décembre 2015, 2016 et 2017 s'établit comme suit :

Répartition des effectifs par type de contrat	31 décembre		
	2015	2016	2017
Contrats à durée indéterminée	639	752	928
Contrats à durée déterminée et autres (contrats de professionnalisation, apprentissage, etc.).....	187	125	142
TOTAL	826	877	1 070

- **Répartition des effectifs par tranche d'âge**

La répartition des effectifs par tranche d'âge aux 31 décembre 2015, 2016 et 2017 s'établit comme suit :

Répartition des effectifs par tranche d'âge	31 décembre		
	2015	2016	2017
25 ans et moins	195	118	202
26-35 ans.....	475	575	618
36-45 ans.....	120	145	191
46 ans et plus.....	36	39	59
TOTAL	826	877	1 070

- **Répartition des effectifs par genre**

La répartition des effectifs par genre aux 31 décembre 2015, 2016 et 2017 s'établit comme suit :

Répartition des effectifs par genre	31 décembre		
	2015	2016	2017
Femmes.....	506	544	674
Hommes.....	320	333	396
TOTAL	826	877	1 070

2. Les embauches et les départs

Le nombre d'embauches au cours des exercices clos les 31 décembre 2015, 2016 et 2017 s'établit comme suit :

Nombre d'embauches	31 décembre		
	2015	2016	2017
Monde.....	473	423	597
dont France.....	469	393	553

La part des embauches dans l'effectif global aux 31 décembre 2016 et 2017 ressort respectivement à 48,2 % et 55,8 %. Le Groupe a accru le rythme des embauches au cours des dernières années pour faire face à la croissance de l'activité.

Le nombre de départs (démissions, ruptures conventionnelles et licenciements) au cours des exercices clos les 31 décembre 2015, 2016 et 2017 s'établit comme suit :

Nombre de départs	31 décembre		
	2015	2016	2017
Monde	110	149	196
dont France	107	142	192

La part de ces départs dans l'effectif global aux 31 décembre 2016 et 2017 ressort respectivement à 16,8 % et 18,3 %.

Les 196 départs comptabilisés sur les sociétés françaises du Groupe en 2017 se répartissent comme suit :

- 127 démissions ;
- 31 ruptures conventionnelles ;
- 38 licenciements.

3. Les rémunérations et leur évolution

Le montant de la rémunération brute versée par le Groupe (hors charges sociales) au titre des exercices clos les 31 décembre 2015, 2016 et 2017 s'établit comme suit :

(en millions d'euros)	31 décembre		
	2015	2016	2017
Rémunération brute.....	28,3	31,4	36,7

La rémunération de la quasi-totalité des salariés du Groupe est composée d'une partie fixe et d'une partie variable.

Le montant maximum de la rémunération variable est généralement fixé dans le contrat de travail et est versé annuellement ou semestriellement. Les objectifs sont fixés unilatéralement par l'employeur et portent sur des indicateurs de performance et de comportement en lien avec le domaine d'activité dans lequel exerce le salarié.

Les salariés qui exercent dans certains services particuliers (achats, service clients), bénéficient d'une rémunération variable spécifique, versée mensuellement ou trimestriellement, en fonction d'objectifs déterminés par l'employeur et qui prennent en compte notamment l'état du marché, l'importance de la concurrence dans le secteur du salarié et le potentiel de la tâche confiée.

II. Organisation du travail

1. L'organisation du temps de travail

La durée du temps de travail en France pour les effectifs non cadres travaillant à temps plein est de 39 heures par semaine contre 40 heures par semaine en Allemagne, en Italie et en Espagne. En France, au 31 décembre 2017, 1,25 % des collaborateurs travaillaient à temps partiel soit 11 salariés.

2. L'absentéisme

En 2017, le taux d'absentéisme (pour maladies et absences non justifiées, accidents du travail) s'élevait à 2,4 %¹.

III. Relations sociales

1. L'organisation du dialogue social notamment les procédures d'information, de consultation du personnel et de négociation avec celui-ci

Les filiales du Groupe sont soumises à des exigences légales et réglementaires différentes en matière de représentation du personnel en fonction des États dans lesquels elles sont situées. Le Groupe se conforme aux obligations locales en matière de représentation du personnel et de représentation syndicale.

En raison de la concentration de son effectif en France et du nombre peu élevé de salariés dans les autres États membres de l'Union européenne, le Groupe n'est pas astreint à la mise en place d'un comité d'entreprise européen.

Au sein de la société Showroomprive.com SARL, un comité d'entreprise a été constitué pour la première fois en octobre 2013, les précédentes élections organisées en 2011 ayant fait l'objet d'un constat de carence en raison de l'absence de candidature.

Depuis, des élections professionnelles ont été organisées en Octobre 2017. Celles-ci ont été réalisées pour la première fois via la méthode du vote électronique.

Une Instance Unique, regroupant au sein d'une même institution le Comité d'Entreprise, le CHSCT et les Délégués du Personnel, pour l'ensemble des établissements de Showroomprive.com SARL, a ainsi été composée. Dix membres titulaires y siègent, accompagnés de huit membres suppléants.

Il n'y a cependant pas de représentation syndicale.

Au sein de la société SRP Logistique SARL, la délégation unique du personnel, qui rassemble au sein d'une même institution les délégués du personnel et les représentants du personnel au comité d'entreprise, est composée de sept titulaires élus au sein d'un collège unique. Il existe un délégué syndical au sein de la société SRP Logistique SARL.

Des réunions régulières ont lieu avec les représentants du personnel, selon les périodicités imposées par les réglementations locales, sauf cas exceptionnel, et en fonction des demandes présentées par les représentants du personnel.

Le Groupe considère avoir des relations sociales très satisfaisantes avec ses salariés. Il n'a jamais connu de conflit social ou de grève.

Des élections professionnelles seront organisées avant le 31 décembre 2019 pour les sociétés Showroomprive.com et SRP Logistique SARL conformément aux Ordonnances n° 2017-1386 du 22 septembre 2017 relative à la nouvelle organisation du dialogue social et économique dans l'entreprise et favorisant l'exercice et la valorisation des responsabilités syndicales et n° 2017-1387 du 22 septembre 2017 relative à la prévisibilité et la sécurisation des relations de travail.

¹ Cet indicateur porte sur l'effectif France uniquement.

2. Le bilan des accords collectifs

Le travail avec les partenaires sociaux a conduit, en 2015 et en 2017, à conclure certains accords mettant à jour ou complétant le dispositif social de l'entreprise :

- Un accord de participation a été signé en septembre 2015 pour les sociétés Showroomprive.com SARL et SRP Logistique SARL ;
- Un Plan d'Épargne Groupe International a été mis en place pour les sociétés Showroomprive Spain SLU et Showroomprive Italy SRL ;
- Un accord relatif à la durée et à l'aménagement du temps de travail a par ailleurs été signé en Août 2017 et est entré en vigueur au 1^{er} septembre 2017.

Par ailleurs, aucun accord n'a porté sur les conditions de santé et de sécurité au travail.

IV. Santé et sécurité

1. Les conditions de santé et de sécurité au travail

Des Sauveteurs Secouristes du Travail ainsi que des Equipiers de Première Intervention sont formés chaque année que ce soit au niveau des sièges, sites de production et entrepôts du Groupe. En 2017, une cinquantaine d'équipiers de Première Intervention et une trentaine de Sauveteurs Secouristes du Travail ont été formés en début d'année 2018 à l'occasion du plan de formation 2017.

Par ailleurs, une semaine de sensibilisation à la sécurité des collaborateurs a été initiée durant le mois de Mars 2017 au siège de la société Showroomprive.com SARL, durant laquelle vingt sessions de quarante-cinq minutes ont ainsi été déployées afin de sensibiliser les collaborateurs aux bons réflexes sécurité au sein des locaux (port du badge, processus d'accueil de visiteurs extérieurs, etc.). Une opération de communication électronique auprès de l'ensemble des collaborateurs (siège et sites en région) a accompagné cette sensibilisation.

Une démarche de prévention des risques psychosociaux (RPS) a été lancée en 2015. A ce titre, deux demi-journées d'information ont été organisées et animées par des psychologues dans le but de sensibiliser les collaborateurs aux RPS et d'engager une réflexion commune autour de l'analyse des situations à risque et des moyens de prévention à mettre en place.

Une enquête annuelle sur le climat social permet par ailleurs l'écoute des salariés de l'entreprise sur différentes thématiques liées à leur activité professionnelle, notamment le sentiment d'appartenance, la perception du management, les relations professionnelles et l'environnement de travail. En 2015, 301 personnes ont répondu à l'enquête et la note moyenne attribuée a été de 7,4/10, en progression d'1 point par rapport à 2012.

Cette enquête a été renouvelée en 2016, sous une autre forme via SuperMood au rythme de trois questions par semaine durant les mois de Mai à Octobre.

Cette enquête sera renouvelée en 2018.

Un audit Sécurité, visant à améliorer les conditions de travail et de sécurité des collaborateurs, a par ailleurs été réalisé au cours du dernier trimestre 2016.

2. Les accidents du travail, de trajet et les maladies professionnelles

Le nombre d'accidents du travail avec arrêt au titre des exercices clos les 31 décembre 2015, 2016 et 2017 s'établit comme suit :

	31 décembre		
	2015	2016	2017
Nombre d'accidents du travail et trajet avec arrêt ¹	9	3	5

Le taux de fréquence des accidents du travail avec arrêt au titre des exercices clos les 31 décembre 2015, 2016 et 2017 s'établit comme suit :

	31 décembre		
	2015	2016	2017
Taux de fréquence des accidents du travail et trajet avec arrêt ¹	10,54 %	2,74% ²	4,16% ³

Le taux de gravité des accidents du travail avec arrêt au titre des exercices clos les 31 décembre 2015, 2016 et 2017 s'établit comme suit :

	31 décembre		
	2015	2016	2017
Taux de gravité des accidents du travail et trajet avec arrêt ¹	0,21 %	0,01 % ⁴	0,024 % ⁵

Aucune maladie professionnelle n'a été déclarée en 2017.

V. Formation

1. Les politiques mises en œuvre en matière de formation

La faible moyenne d'âge des salariés induit de faibles besoins en termes d'ajustements de compétences. Toutefois, l'évolution constante de nos métiers et de nos technologies demande un maintien des compétences des collaborateurs, sur les thématiques informatiques et métiers notamment.

En 2017, 325 salariés de la société Showroomprive.com SARL ont suivi des formations pour un nombre total d'heures de formation égal à 2 422 heures⁶.

¹ Ces indicateurs portent sur l'effectif Showroomprive.com SARL uniquement, soit 79 % des effectifs présents au 31 décembre 2016.

² La méthodologie de calcul des heures travaillées a été revue en 2016 et se base désormais sur les heures travaillées réelles des salariés.

³ La méthodologie de calcul des heures travaillées a été revue en 2016 et se base désormais sur les heures travaillées réelles des salariés.

⁴ La méthodologie de calcul des heures travaillées a été revue en 2016 et se base désormais sur les heures travaillées réelles des salariés.

⁵ La méthodologie de calcul des heures travaillées a été revue en 2016 et se base désormais sur les heures travaillées réelles des salariés.

⁶ Ces chiffres correspondent à un état au 31/12/2017. Le plan de formation étant déployé sur 12 mois glissants, des formations sont encore en cours de réalisation/vont être réalisées tout début 2018 au titre du plan de formation 2017 (2.008 heures et

La répartition des formations par genre s'établit à 74 % en faveur des femmes et 26 % en faveur des hommes en 2017.

La répartition des formations par catégorie socio-professionnelle s'établit, quant à elle, à 63 % en faveur des cadres, 15 % en faveur des employés, 17 % en faveur des agents de maîtrise et 5 % en faveur des alternants et stagiaires en 2017.

Ce qui est cohérent avec la répartition par genre et par catégorie socio-professionnelle des effectifs de l'entreprise.

En 2017, les formations ont concerné les domaines de compétence suivants :

- Le management ;
- Les langues étrangères (principalement l'anglais) ;
- Les outils informatiques, et notamment bureautiques ;
- Les formations métiers (Monétique bancaire, SEO, Mobile à titre d'exemples) ;
- La méthodologie de travail (Gestion de projets ou Lean, par exemple) ;
- La bureautique ;
- Le développement personnel ;
- La sécurité sur le lieu de travail.

La formation interne se développe par ailleurs de plus en plus au sein de la société Showroomprivé.com SARL, notamment dans le cadre de formations au poste à l'occasion de recrutements de nouveaux collaborateurs.

Pour l'année 2018, outre les formations obligatoires dans le domaine de la sécurité, les actions prioritaires en termes de formation portent sur :

- Les langues étrangères ;
- Le management ;
- Les formations techniques et métier.

La société Showroomprive.com contribue également à la formation de jeunes via le recrutement de jeunes en alternance. 50 jeunes ont ainsi été embauchés en alternance en 2017 (10 jeunes sous contrats d'apprentissage et 40 jeunes sous contrats de professionnalisation).

2. Le nombre total d'heures de formation

Les actions de formation mises en œuvre par le Groupe pour les exercices clos les 31 décembre 2016 et 2017 s'établissent comme suit :

120 personnes formées environ, soit un total de 4 430 heures réalisées et 445 personnes formées au titre du plan de formation 2017).

	31 décembre ¹	
	2016	2017
Nombre total d'heures de formation	3 992	2 422
Part du budget annuel dépensé en formation dans la masse salariale	0,8 %	0,4% ¹

VI. Egalité de traitement

1. Les mesures prises en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes

L'effectif du Groupe, et particulièrement de la société Showroomprive.com SARL, est majoritairement composé de femmes (63 % des effectifs du Groupe au 31 décembre 2017), ce qui s'explique à la fois par son domaine d'activité et son cœur de cible.

Un plan d'action en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes a été mis en place au cours de l'année 2014 au sein de la société Showroomprive.com SARL. Ce plan comporte des engagements en termes de formation et de sensibilisation des managers à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, d'embauches et d'accès équilibré à l'emploi entre les femmes et les hommes, de formation à l'issue d'un congé parental à temps plein, de conciliation entre la vie professionnelle et la vie privée et d'égalité salariale, notamment concernant les salariés à temps partiel. Ces engagements sont assortis d'indicateurs de suivi chiffrés et un dispositif de suivi est mis en œuvre. Des bilans annuels sont présentés au Comité d'Entreprise.

En outre, la société a soutenu plusieurs initiatives extérieures destinées à promouvoir les femmes et encourager l'accès de celles-ci aux professions traditionnellement occupées par des hommes. Ainsi, SRP Groupe a soutenu financièrement le festival « Les femmes s'en mêlent », festival indépendant dont l'objectif est de permettre l'accès sur scène à des femmes artistes.

Par ailleurs, SRP Groupe s'est associé à l'initiative « La Flamme Marie-Claire » en proposant la vente de la bougie parfumée. Les bénéfices de ces ventes ont été reversés aux associations Toutes à l'école, Entrepreneurs du Monde et Rêv'elles. Ces associations mettent en place des programmes de scolarisation et de formation des filles et femmes dans le monde.

Le Groupe a lancée en 2017 un programme visant à soutenir le retour en poste des femmes terminant leur congé maternité. Nommé « Back to work », le programme vise en amont à faciliter la réintégration de la collaboratrice par un dialogue entre les ressources humaines et la ou le responsable puis un accueil spécial le jour effectif du retour.

En outre, la société a soutenu plusieurs initiatives extérieures destinées à promouvoir les femmes et encourager l'accès de celles-ci aux professions traditionnellement occupées par des hommes. Ainsi, SRP Groupe a soutenu financièrement le festival « Les femmes s'en mêlent », festival indépendant dont l'objectif est de permettre l'accès sur scène à des femmes artistes.

Le Groupe a également soutenu le forum lyonnais organisé par le magazine ELLE, nommé ELLE active. Ce forum, par le témoignage de femmes occupant des postes à responsabilité, d'horizons

1 Ces indicateurs portent sur l'effectif Showroomprive.com SARL uniquement, soit 75 % des effectifs présents au 31 décembre 2017.

2 Ces indicateurs portent sur l'effectif Showroomprive.com SARL uniquement, soit 75 % des effectifs présents au 31 décembre 2017.

professionnels différents, vise à donner des outils aux femmes leur permettant de concilier activité professionnelle et vie personnelle.

Par ailleurs, SRP Groupe s'est associé à l'association « Toutes à l'école » qui finance la scolarisation de jeunes femmes au Cambodge de la primaire à l'enseignement supérieur, en valorisant leur accès à des filières techniques. Le Groupe a financé une classe durant une année permettant à une trentaine de jeunes personnes du secondaire d'être scolarisées. En outre, quatre collaborateurs du Groupe se sont rendus au Cambodge pour une durée cumulée de quinze jours en 2017 avec pour mission de participer à l'enseignement de manière bénévole.

Engagement fort du Groupe, ce partenariat avec Toutes à l'école sera renouvelé en 2018.

Un groupe projet réunissant les équipes RH et RSE a par ailleurs été créé en ce début d'année 2018 afin d'adresser des sujets communs sur les thématiques sociétales et environnementales.

2. Les mesures prises en faveur de l'emploi et de l'insertion des personnes handicapées

Le Groupe est conscient de ses obligations en termes d'emploi de travailleurs handicapés, dont il s'acquitte dans les conditions prévues par la loi, notamment en ayant recours à des prestations de services ou de sous-traitance auprès d'entreprises du secteur adapté ou protégé, notamment dans les domaines de l'imprimerie. Ainsi, en 2017, le montant des achats réalisé auprès du secteur protégé ou adapté s'élevait à 107 550 €.

Dans le cadre de ses engagements contre l'exclusion des personnes handicapées, le Groupe a mis en place sur son portail Internet une solution permettant à ses clients sourds et malentendants d'accéder à ses services par le biais d'échanges visuels ou écrits par visioconférence, *webcam* ou *chat*.

3. La politique de lutte contre les discriminations

Le Groupe a souscrit des engagements en matière de lutte contre les discriminations, notamment celles visant les salariés jeunes et les salariés âgés dans le cadre de plans d'action s'inscrivant dans le dispositif du contrat de génération.

Ainsi, le Groupe s'est engagé en faveur du développement de l'alternance en faveur des jeunes et dans le recrutement de salariés âgés de plus de 45 ans.

Afin de faciliter l'intégration des jeunes salariés dans le Groupe, des dispositions ont été prises en termes de parcours d'intégration et d'accompagnement par des référents ou des tuteurs, notamment pour promouvoir la transmission des connaissances.

Afin de favoriser le maintien dans l'emploi des salariés âgés, le Groupe s'appuie sur la formation continue de ces salariés, notamment par le biais d'une bonification des heures acquises au titre du droit individuel à la formation, puis du compte personnel de formation.

VII. Promotion et respect des stipulations des conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail

Au regard de l'activité du Groupe et de sa localisation, les thématiques liées à la promotion et au respect des stipulations des conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail relatives au respect de la liberté d'association et du droit de négociation collective, à l'élimination des discriminations en matière d'emploi et de profession, à l'élimination du travail forcé ou obligatoire et à l'abolition effective du travail des enfants ont été jugées non pertinentes.

INFORMATIONS SOCIETALES

I. Impact territorial, économique et social de l'activité de la société :

1. En matière d'emploi et de développement régional

Dans le cadre de son implantation à Roubaix, le Groupe s'est engagé à employer 130 personnes dans le bassin d'emploi afin de redynamiser le secteur. Dans un second temps, le Groupe a enclenché une démarche de POEC avec les acteurs de l'emploi dans la région ; c'est-à-dire qu'il embauche directement des collaborateurs inscrits au Pôle Emploi afin de les former et de les accueillir ensuite en stage. Ils pourront ainsi, si le stage est concluant, être embauchés directement par le Groupe.

Quant à son implantation en Plaine Saint Denis, le Groupe continue ses actions en faveur de l'emploi dans le département et son partenariat avec Plaine Commune à travers des participations aux forums emplois du département et en étant un acteur actif du Club des jeunes talents. La participation du Groupe se traduit par le suivi des demandeurs d'emploi et en les accompagnant dans leur projet de réinsertion.

En 2016, SRP Groupe a élargi son éventail de services de livraison et raccourcit ses délais. Afin de lancer cette nouvelle stratégie, il a été décidé de sous-traiter une partie des flux chez ADS à Beauvais.

Par ailleurs, les ventes ont progressé en 2017 se traduisant par l'augmentation du nombre de colis livrés. Ceci a permis d'augmenter le montant de la sous-traitance aux transporteurs de 13,2 %.

En outre, le Groupe a rejoint le conseil d'administration de l'association Maisons de Mode, qui œuvre à Roubaix pour la promotion des métiers de la mode et le soutien à la jeune création dans la volonté de redynamiser l'emploi local, historiquement fortement marqué par la prégnance d'emplois directs et indirects de l'industrie de la mode et l'habillement. Le Groupe conseille et oriente les actions de Maisons de Mode dans leur promotion de l'innovation pour la filière.

1. Sur les populations riveraines ou locales

• Les partenariats Ecoles

SRP Groupe souhaite développer des relations privilégiées avec ses écoles partenaires. Écoles de mode, écoles de commerce, écoles du digital, écoles de communication, le Groupe souhaite être proactif dans ses relations avec ces écoles avec comme objectif le pré-recrutement de ses futurs collaborateurs. En 2017, cet engagement s'est traduit par la participation aux évènements suivants :

Partenariats :

- Ecoles de Management : Grenoble Ecole de Management / EM Lyon / Telecom / European Business School
- Ecoles spécialisées : Esmod / Escaet (voyage)

Forums :

- Forums étudiants : 29
- Forums pour l'emploi / Start up / Innovation : 7
- Forum virtuels : 1 (SeeKube)

Accueil au sein de SRP : EFAP, Telecom , Esmod , Lycée de Saint-Denis

- Présentation de l'entreprise

➤ Visite des locaux

Le Groupe reverse chaque année la partie dite « hors-quota » de la taxe d'apprentissage aux écoles partenaires dans le but de participer à leur développement.

Le Groupe en 2017 a également soutenu financièrement le défilé annuel de l'école de mode ESMOD de Roubaix et a remis un prix à une étudiante jeune créatrice ayant proposé des vêtements personnalisables adaptés aux contraintes de personnes souffrant de handicaps.

Une nouvelle plateforme tournante de l'innovation et de la mode

Convaincu que l'innovation est l'avenir du secteur de la mode, ainsi qu'en témoigne son succès, le Groupe a choisi en 2015 de lancer un hub d'innovation dénommé Look Forward.

Bicéphale, le projet Look Forward repose à la fois sur un incubateur interne de startups et sur une exposition annuelle, le Look Forward Fashion Tech Festival.

SRP Groupe, conformément à son désir d'accompagner les révolutions que connaissent les industries de la mode et du retail, liées à l'événement des technologies numériques, soutient les jeunes entreprises innovantes à fort potentiel de croissance.

L'incubateur du projet Look Forward permet à des startups modifiant les manières de produire, consommer et distribuer la mode de se développer en suivant un programme d'accompagnement commercial et de développement économique.

Après avoir retenu les candidats sur la base de leur projet, maturité, ambition et équipe, le Groupe met à leur disposition :

- 500 m² de bureaux, salles de réunions, espaces de co-working et de détente ;
- Un programme de quarante value-boosters, ateliers thématiques dispensés par des experts – collaborateurs du groupe ou partenaires de l'incubateur, portant sur les grands domaines qu'une jeune entreprise prétendant lever des fonds se doit de maîtriser (marketing, finance, opérations, ressources humaines, etc.) ;
- Un tutorat permettant à un collaborateur du top management de l'entreprise de suivre durant l'année d'incubation la même startup et de l'aider à répondre aux problématiques qu'elle pourrait rencontrer ;
- Un accès gratuit et une présence aux plus grands événements de l'écosystème d'innovation et de la mode : les salons Viva Technology, France Digitale, Trafic, Futur en Seine.

Image de marque, stratégie marketing et internationale, structure administrative, système d'information, stratégie technique et logistiques sont autant d'enjeux abordés au cours de l'année avec les startups incubées.

L'incubateur est un projet en outre pleinement intégré au Groupe dans la mesure où il s'appuie sur les expertises des collaborateurs, les ressources et la créativité de Showroomprivé. Ainsi, chaque startup reçoit durant son année d'incubation des prestations de conseil, de la réalisation de photos au sein des studios photo du Groupe, le développement d'une vidéo commerciale entièrement réalisée par les équipes du Groupe. Les startups bénéficient également de prestations juridiques et d'audit – en particulier portant sur l'expérience utilisateur de leur produit ou solution.

En 2017, l'incubateur a accueilli sa troisième promotion de startups. Il a été labellisé « Grand lieu d'innovation » par la Région Ile-de-France et a ainsi accédé à une subvention. Deux nouvelles verticales

ont été intégrées au programme : la beauté et l'habitat, correspondant à la volonté du Groupe de se développer au sein de ces deux industries.

Les startups sont ainsi les suivantes :

- **Stockly** (<https://www.sneakerguy.com>) : technologie permettant aux e-shop de chaussures sneakers de limiter leurs ruptures de stock, en s'approvisionnant en temps réel de produits issus d'autres sites marchands.
- **Colibou** (<https://colibou.com>) : Colibou est un service en ligne innovant qui propose une livraison de colis le soir entre 20h et minuit.
- **Mangoo ID** (<http://www.mangoo.com>) : Solution SaaS pour les retailers, permettant d'envoyer à leurs clients des tickets de caisse dématérialisés et personnalisés ☐☐
- **Supervan** (<https://www.supervan.fr/>) : une solution rapide et économique pour transporter un meuble ou des objets lourds à la demande. Supervan opère aussi en BtoB, en offrant une livraison en moins de 2h aux retailers du secteur meuble.
- **The Full Room** (<https://www.thefullroom.com/>) est la première marketplace qui transforme les intérieurs de passionnés de déco en concept store avec une rémunération à la clé.
- **Boxia** (<https://www.boxia.co/>) aide les e-commerçants à rassurer et réengager leurs clients pendant la livraison, par l'envoi de notifications de livraison personnalisées.
- **Bloomizon** (<http://maintool.me/>) développe une supplémentation en vitamines personnalisée, en fonction de l'alimentation et de l'exercice physique.
- **Kiss my shoe** (<https://kissmyshoe.com>) ramène en magasin les shoes-addicts grâce à une application géolocalisée
- **Loupilou** (<https://www.loupilou-shop.fr/>) est une marketplace pour acheter et vendre des vêtements de seconde main.
- **L'armoire à beauté** (<https://www.larmoireabeaute.com/>) propose des corners beauté tendance installés dans les parapharmacies.
- **Dress and the city** (<https://dressinthecity.com/>) est un vide-dressing tant online que physique.
- **Horace** (<https://horace.co>) est une marque de cosmétique pour homme répondant à la demande des millennials.
- **Pyrates** (<http://pyrates.ch/>) développe des textiles innovants refermant des microcapsules hydratantes, réconfortantes ou tonifiantes pour la peau.
- **Wired Beauty** (<http://www.wired-beauty.com/>) réinvente la beauté à travers de nombreux outils connectés pour la peau et le corps.
- **Urban Circus** (<https://www.urban-circus.fr>) propose des vestes à haute visibilité alliant style et sécurité pour les conducteurs de deux roues.
- **Soundary Cycle** (<http://www.soundarycycle.com/>) propose des accessoires design et connectés pour les cyclistes.
- **Seaclick** : (<https://seaclick.com/>) propose des activités de loisir à pratiquer tout de suite
- **Une exposition prospective sur la mode et le retail : Le Look Forward Fashion Tech Festival**

Pour la deuxième année consécutive, SRP Groupe a organisé le Look Forward Fashion Tech Festival.

Installée du 28 juin au 2 juillet dans l'entière Gaîté Lyrique, la seconde édition du Look Forward Fashion Tech Festival, placée sous le haut-patronage de la Maire de Paris a rejoint en 2017 la programmation du Paris Tech Festival.

Annoncé au printemps 2017 par la Maire de Paris, le Paris Tech Festival désigne les six évènements qui se sont déroulés en juin à Paris, dans la volonté de placer la ville comme la capitale de l'innovation.

Ainsi, après le pionnier Futur en Seine et ses nombreuses startups, suivant le majeur Viva Technology réunissant les plus grandes entreprises du numérique, le Look Forward Fashion Tech Festival a offert à la fin du mois de juin à Paris un événement inédit.

La programmation de l'édition de 2017 a reposé sur :

- Une exposition contemplative installée dans le sous-sol de la Gaîté Lyrique, qui a réunit autour de 4 parcours plus de 35 projets de divers artisites internationaux. Les créations proposées interrogaient les visiteurs sur les applications pouvant naître de la fusion entre mode et technologie qu'il s'agisse de la protection des individus, de l'augmentation du bien-être et de la santé, ou encore de la sauvegarde de l'environnement.
- A l'image de sa première édition, le Look Forward Fashion Tech Festival a offert une occasion unique de penser le futur de la mode, du retail ou encore du shopping aux professionnels, chercheurs, entrepreneurs et personnalités les plus pointues.
- 3 tables-rondes et une keynote de grande envergure se sont déroulées chaque jour, abordant des sujets au cœur de l'actualité, qu'il s'agisse de l'impact de la réalité virtuelle pour l'industrie du retail, à celui du big data et explorant les comportements d'achats sociaux ou encore les dernières innovations du e-commerce : intelligence artificielle, biotechnologie, personnalisation.
- Momentum du festival, les Look Forward Awards sont des prix remis par un jury international prestigieux qui couronnent les initiatives les plus créatives et à fort potentiel tant des jeunes créateurs et entrepreneurs que des grands groupes. Dévoilés durant le grand vernissage de l'exposition le 28 juin 2017, les projets des lauréats ont été exposés aux côtés des œuvres de l'exposition.
- Un concours de startups a été instauré, et le projet le plus solide, Pyrates, a remporté une incubation chez SRP Groupe ;
- Toujours aussi interactive, l'exposition a compté sur un large espace participatif au sein duquel plusieurs ateliers étaient à la portée du public. Laissant libre part à l'expression des spectateurs, les fablabs ont permis l'expérimentation de création de textiles innovants, d'objets connectés ou encore de techniques d'impression de pointe. Ils ont été développés avec l'école des métiers de la mode, La Fabrique, qui forme les façonniers des plus grandes maisons de couture françaises.

Si l'exposition parisienne a gagné en envergure en 2017, le Look Forward Fashion Tech Festival a même développé une avant-première de son exposition du 17 au 20 juin à Roubaix, terre historique du textile et de la confection. Durant ces quatre jours, le festival s'est installé au musée de la Piscine. Quelques œuvres exclusives y ont été présentées, installées près du bassin historique.

En outre, de nombreux évènements participatifs, ouverts au grand public ont été proposés durant le festival. La Ville de Roubaix, ainsi que la Métropole Européenne de Lille ont soutenu et participé au financement de ce festival.

Le Fashion Tech Festival a compté plus de 12 000 visiteurs en 2017. Il sera reconduit en novembre 2018 à la Gaîté Lyrique, s'appuyant toujours sur ses grandes caractéristiques qui participent de son succès.

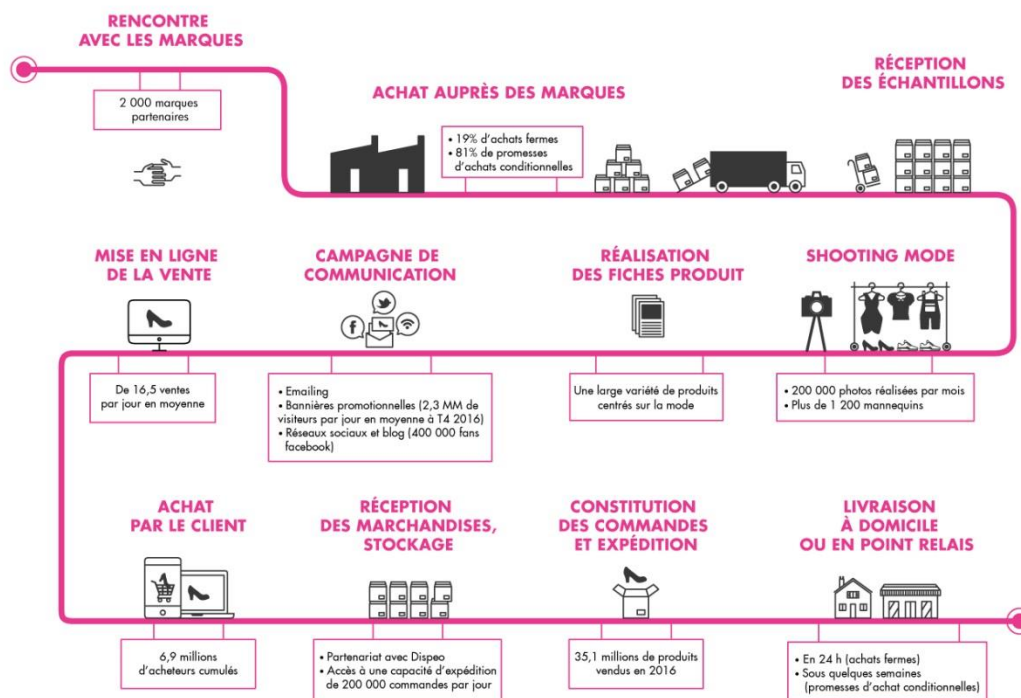
II. Relations entretenues avec les personnes ou organisations intéressées par l'activité du Groupe

1. Les conditions du dialogue avec ces personnes ou organisations

SRP Groupe, c'est la rencontre de deux univers, celui de la mode et celui du webmarketing. À travers cette double identité, le Groupe réinvente la façon dont les femmes découvrent – et achètent – la mode en ligne. Chaque vente est conçue selon un format attractif, avec un temps limité et des remises comprises entre 50 et 70 %, qui contribuent à créer une expérience séduisante pour les clients.

Pour les marques qui font confiance à SRP Groupe, c'est l'assurance d'un canal de vente à la fois valorisant et efficace grâce auquel elles peuvent écouler rapidement des volumes de plus en plus importants de leurs stocks excédentaires.

Le modèle du Groupe :



2. Les actions de partenariat et de mécénat

L'année 2017 a été une année majeure pour la politique de mécénat menée par l'entreprise.

En effet, les actions ont été multipliées, avec le même esprit de philanthropie que SRP Groupe cultive depuis sa création.

Tout d'abord, l'entreprise a soutenu en 2017 davantage d'associations caritatives.

Une part de ce soutien a été effectuée par le don d'objets excédentaires, résultant des ventes événementielles organisées quotidiennement par SRP Groupe, à des associations caritatives. Au total, près 1 411 857 euros de produits ont été versés à ces associations au premier rang desquelles Emmaüs.

En outre, 2017 a été marqué par le lancement du premier projet de la fondation d'entreprise Showroomprivé, l'école du e-commerce.

Cette formation aux métiers du e-commerce, gratuite et ouverte aux demandeurs d'emploi sans prérequis de diplômes, de ressources ou de parcours est installée dans l'hôtel d'entreprise Blanchemaille à Roubaix. Seule la motivation permet l'entrée dans cette formation. 18 personnes ont ainsi été sélectionnées en mars 2017 pour rejoindre la première promotion de l'école.

La promotion se définissait comme tel :

- - 47 % de personnes issues des Quartiers Prioritaires de la Politique de la Ville (QPV), zones sensibles caractérisées entre autres par un taux de chômage plus élevé que la moyenne ;
- - 58 % d'entre eux était des femmes, dans un contexte où les femmes représentent moins de 20 % des emplois de l'économie numérique ;
- - 63 % d'entre eux étaient d'un niveau bac ou infra bac.

Le programme de formation s'est terminé en septembre 2017.

Les apprenants ont rejoint des stages de pré-embauche proposés par les partenaires de la formation.

Ainsi, en février 2018, 13 d'entre eux étaient en stage de pré-embauche, 2 personnes poursuivaient leurs études, 2 personnes étaient déjà en poste (un CDI et un CDD) et une personne, ayant abandonné très tôt le programme, se concentre sur la définition de son projet professionnel.

La formation s'appuie sur des pédagogies innovantes – mode-projet, classe inversée, apprentissage par le faire, et est assurée par une équipe de deux personnes à temps plein. Ce sont les salariés du Groupe qui dispensent les ateliers, ainsi que des partenaires extérieurs sur un format pro-bono. Pour la session de 2017, 40 collaborateurs de SRP Groupe ainsi que 40 partenaires extérieurs issues d'entreprises diverses (Cylande, La Redoute, Oney, etc.) sont fortement intégrés à la formation, et sont intervenus durant divers modules pour faire profiter les apprenants de leurs connaissances.

La formation est reconnue par l'Etat et a été labellisée Grande Ecole du Numérique, rejoignant ainsi le réseau national de formations courtes, intenses et professionnalisantes aux métiers du numérique à destination des moins favorisés.

Installée au cœur de l'écosystème numérique roubaisien, la formation vise la réussite professionnelle de ses apprenants en leur fournissant des conditions similaires à celles d'une entreprise. L'équipe de la formation tisse un réseau d'influence composée d'entreprises locales soutenant le projet et prêtes à accueillir en stage ou en emploi les futures personnes formées.

Les sessions de formation se produisent désormais tous les 6 mois. Le 3 janvier 2018, une nouvelle promotion composée de 20 personnes a rejoint l'école, comptant 52 % de femmes, 40 % de personnes issues des QPV et 40 % de niveau bac ou infra bac. Toutes ces personnes étaient à la recherche d'un emploi lorsqu'elles ont postulé et présenté un dossier comprenant des questions de motivation et des exercices de programmation informatique.

La prochaine promotion rejoindra l'école en juillet 2018 pour 6 mois de formation. Le Groupe a pour ambition de développer ensuite ce programme sur des territoires sensibles ayant un fort besoin de formations.

III. Sous-traitance et fournisseurs

Les principaux postes de sous-traitance du Groupe concernent des activités de service telles les prestations de logistiques, de traitement des commandes et de distribution. Dans le cadre de ces activités, le Groupe a mis en place une politique RQHSE (Risk, Quality, Health, Safety and Environnement) sur certains sites logistiques notamment celui du prestataire ADS.

SRP Groupe collabore avec des partenaires localisés à travers le monde, mais principalement en France. Ils sont sélectionnés pour leur capacité à répondre aux exigences du Groupe. Par exemple, dans le cadre de la relation client, SRP Groupe s'attache à collaborer avec des sociétés favorisant la montée en compétence et la fidélisation des employés.

SRP Groupe, dans le cadre de son activité de distribution événementielle de produits de grandes marques, collabore avec près de 2000 marques partenaires et a pour objectif de poursuivre la mise en œuvre d'une politique de croissance rentable et pérenne.

Le Groupe a intégré un critère sociétal dans la contractualisation et les relations avec ses marques partenaires notamment en intégrant dans les contrats avec les marques partenaires une clause anti-corruption.

La direction Relation client de SRP Groupe collabore avec six sociétés situées en France, au Maroc, à Madagascar et en Roumanie, à qui sont sous-traitées les activités de call center. 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. Des audits contractuels sont également réalisés par la direction Relation client chaque année afin de s'assurer que les exigences des référentiels sont respectées.

IV. Loyauté des pratiques

1. Les actions engagées pour prévenir la corruption

Sous l'impulsion des obligations découlant 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 mis en place une politique de prévention de la corruption. Cette politique a notamment abouti à l'adoption d'un code de conduite à destination des salariés intégré au règlement intérieur, à la mise en place d'un dispositif d'alerte interne afin que les salariés puissent signaler les conduites/situations contraires à ce code de conduite, au déploiement d'un dispositif de formation à destination de l'ensemble des salariés et à l'intégration dans les contrats avec les tiers d'une clause anti-corruption.

2. Les mesures prises en faveur de la santé et de la sécurité des consommateurs

• Sécurité des données personnelles

Dans le cadre de l'exploitation du site, SRP Groupe est susceptible de collecter des données personnelles. Les données sont utilisées par les services internes pour le traitement des commandes, pour les relations commerciales, pour lutter contre la fraude, ou encore pour personnaliser l'affichage du site. Ces données peuvent également être communiquées aux prestataires du Groupe pour assurer l'accomplissement des tâches nécessaires à l'exécution des commandes, assurer la livraison des biens et la réalisation des prestations.

Le traitement automatisé d'informations nominatives sur le site showroomprive.com a été déclaré auprès de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) sous le numéro 1722197. Ces données sont traitées conformément aux finalités prévues lors de la collecte et sont stockées dans des conditions visant à assurer leur sécurité et leur confidentialité (serveurs sécurisés situés en France). Dans toutes les zones sécurisées dans lesquelles l'adresse URL du site commence par https :// (où le « s » signifie sécurisé), les informations sont cryptées et donc protégées avant leur transfert sur Internet.

Le 25 janvier 2012, la Commission européenne a présenté une proposition de règlement général sur la protection des données personnelles (ci-après, le « Règlement ») et une proposition de directive spécifique aux données policières et judiciaires. Le 14 avril 2016, le Règlement a été définitivement adopté par le Parlement européen. Le Règlement est entré en vigueur le 24 mai 2016 mais n'entrera en application que le 25 mai 2018. Pour plus d'information sur le Règlement et sur les obligations qui pèseront sur le Groupe à compter de son entrée en vigueur nous vous renvoyons à l'article 6.6.2 du Document de Référence 2017 du Groupe.

- **Sécurité des données bancaires**

Toutes les transactions d'achat se déroulent dans un strict cadre de confidentialité et de cryptage grâce au protocole SSL (Secure Sockets Layer) ou TLS (Transport Layer Security) ; autrement dit, les coordonnées bancaires ne circulent pas « en clair » sur Internet et n'arrivent jamais sur le site de Showroomprive.com. Lors d'un paiement par carte bancaire, la transaction se fait entre le consommateur et les groupes MONEXT et/ou ADYEN, reconnus pour leur fiabilité en matière de transactions sur Internet. Showroomprive.com n'a en aucun cas accès aux coordonnées bancaires et ne les garde pas sur ses serveurs.

Par ailleurs, les banques du Groupe vérifient la validité du numéro de carte bancaire et s'assurent qu'elle n'est pas en opposition. Le site utilise également un programme appelé « 3D Secure » ayant pour but de lutter contre la fraude. Au moment du paiement en ligne, le consommateur peut être amené à s'identifier avant de finaliser la transaction (L'identification étant gérée par le réseau bancaire type VISA, MASTERCARD, etc...via la réception d'un SMS, des questions personnelles, etc.).

- **Relation client**

En matière de relation client, des enquêtes de satisfaction sont envoyées aux consommateurs afin d'évaluer la qualité de leurs relations avec les téléconseillers.

SRP Groupe a également souhaité favoriser l'accès de ses services clients aux sourds et aux malentendants. Depuis janvier 2015, SRP Groupe est très heureux de proposer sur showroomprive.com un service client dédié. Ce nouveau système de relation client a été mis en place en association avec Deafi, pionnier dans ce domaine. Grâce à sa solution de communication adaptée, la Deafiline, les sourds et malentendants ont accès aux services clients de showroomprive.com par visioconférence, *webcam* ou *tchat*.

V. Autres actions engagées en faveur des droits de l'homme

Au regard de l'activité du Groupe et de sa localisation (sur son périmètre juridique, excluant l'activité des marques distribuées), l'engagement en faveur des droits de l'homme est jugé non pertinent.

INFORMATIONS ENVIRONNEMENTALES

I. Politique générale en matière environnementale

L'organisation mise en place au sein du Groupe permet un traitement des sujets environnementaux par les directions compétentes à l'occasion de l'amélioration des activités opérationnelles. Que ce soit dans les établissements, les entrepôts ou les sites de production du Groupe, les différentes structures opérationnelles sont en charge de la gestion des questions environnementales liées à la gestion au quotidien de leur activité.

Les contrats d'énergie et d'eau ainsi que la flotte de véhicules sont gérés par les Services généraux. L'optimisation de la consommation et du recyclage des matières premières, principalement les emballages, est pilotée par la direction Logistique tout comme le recours aux prestataires logistiques externes. La conformité et la veille réglementaire sont par ailleurs menées par la direction Juridique. Le

Groupe n'a pas identifié de risques significatifs environnementaux ou de pollutions et en conséquence, n'a pas constitué de provisions et garanties pour risques environnementaux.

Le Groupe a créé un poste de RSE au sein du département logistique afin que puisse être menée une démarche dynamique avec des actions de sensibilisation des salariés.

II. Pollution

L'activité de vente à distance de produits de grande consommation est peu émettrice de rejets polluants hors gaz à effet de serre et n'implique pas l'usage ou le stockage de substances dangereuses. Aussi, le Groupe n'a pas mis en place de mesures de prévention, de réduction ou de réparation de rejets dans l'air, l'eau et le sol. Les nuisances sonores ou toute autre nuisance sont également limitées compte tenu de l'activité du Groupe. Les normes de traitement en vigueur sont respectées.

III. Economie circulaire

1. Prévention et gestion des déchets

— Les mesures de prévention, de recyclage, de réutilisation, d'autres formes de valorisation et d'élimination des déchets

Le Groupe dispose sur ses sites de production et entrepôts de bennes permettant la collecte des emballages carton pour le recyclage. En parallèle, SRP Groupe travaille avec la société Valorep, spécialiste de la gestion de reprise des anciens parcs informatiques, pour la collecte et le recyclage de ses déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE). Pour l'année 2017, 90 équipements électriques parmi lesquels des ordinateurs, des écrans, des imprimantes, ont été repris par notre partenaire Valorep.

La dématérialisation des bulletins de paie a par ailleurs été mise en place en 2017, permettant ainsi aux collaborateurs d'accéder à leur bulletin de paie via un coffre-fort électronique, disponible en ligne, et de réduire par ailleurs l'utilisation de papier.

— Les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire

Cet enjeu se limite à la cafétéria d'entreprise du siège et donc section n'est pas considérée pertinente pour SRP Groupe compte tenu de son activité.

2. Utilisation durable des ressources

- La consommation d'eau et l'approvisionnement en eau en fonction des contraintes locales

La consommation d'eau du Groupe n'est pas consolidée à ce jour. Néanmoins, du fait de l'activité non industrielle de SRP Groupe, la consommation d'eau des sites correspond principalement aux consommations des salariés ainsi qu'à l'usage pour les besoins d'hygiène et de propreté des établissements. Pour un établissement tertiaire, la consommation d'eau par jour et par employé présent s'élève en moyenne à 50 litres¹. Aussi, la consommation du Groupe s'élèverait à 53 500 m³ sur l'exercice 2017.

Par ailleurs, aucune contrainte locale spécifique en termes d'approvisionnement en eau n'a été identifiée sur les implantations des établissements, entrepôts et sites de production du Groupe.

Showroomprivé développe en 2018 un plan de réduction de la consommation énergétique, incluant la rationalisation des ressources en eau.

3. La consommation d'énergie et les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables

En France, le Groupe consomme de l'électricité sur ses établissements en région parisienne et en Vendée, ainsi que sur ses sites de production à Saint-Denis et à Roubaix et sur son dépôt de Saint-Witz.

¹ Source : SMEGREG 2007, « Principaux ratios de consommation d'eau »

La consommation d'électricité correspondante s'élève à 1 664 MWh sur l'exercice 2017. Le contrat d'énergie ne comporte pas à date de sources d'énergies renouvelables.

Pour l'international, le Groupe consomme de l'électricité sur les sites de ses filiales situées en Espagne, au Maroc et en Allemagne. La consommation d'électricité correspondante s'élève à 56,251 MWh. La consommation d'électricité totale du Groupe hors Saldi Privati s'élève à 1 718,523 MWh sur l'exercice 2017 et s'élevait à 619¹ MWh sur l'exercice 2016.

Par ailleurs, la consommation de carburant des véhicules de fonction et de service s'élève à 50 069 litres sur l'exercice 2017 et s'élevait à 67 220 litres sur l'exercice 2016.

Showroomprivé développera en 2018 un plan de rationalisation de la consommation énergétique.

4. Postes significatifs d'émissions de gaz à effet de serre générés du fait de l'activité de la société, notamment par l'usage des biens et services qu'elle produit

En 2017, les émissions de Gaz à Effet de Serre liées aux consommations d'énergie et de carburant des véhicules de la flotte s'élèvent respectivement à 158 tonnes eq. CO₂ et 155 tonnes eq. CO₂ sur le périmètre France et s'élevaient respectivement à 58 tonnes eq. CO₂ et 178 tonnes eq. CO₂ sur l'exercice 2016².

Pour l'international, en 2017, les émissions de Gaz à Effet de Serre liées aux consommations d'énergie s'élèvent à 5 tonnes eq. CO₂.

Les véhicules du Groupe sont utilisés pour les déplacements entre les différents sites, les rendez-vous avec nos fournisseurs, la manutention ainsi que le transport de marchandise entre les entrepôts. La logistique sous-traitée n'est pas comptabilisée dans les émissions de gaz à effet de serre.

Les informations relatives à l'utilisation des sols, et aux mesures prises pour préserver ou développer la biodiversité ne sont pas applicables à SRP Groupe du fait de son activité et de ses implantations.

Les conséquences du changement climatique pour le Groupe peuvent être d'ordre financière notamment pour le coût de la livraison des produits et donc indirectement sur le coût global des produits achetés par les consommateurs, ainsi que dans une moindre mesure les coûts de remise aux normes réglementaires des locaux ou entrepôts.

NOTE METHODOLOGIQUE

La présente note méthodologique vise à préciser les notions clés du présent rapport, le périmètre des indicateurs publiés ainsi que les méthodes de calcul employées.

1. Période et périmètre de reporting

La période de reporting s'étend sur l'année civile, soit du 1^{er} janvier au 31 décembre 2017.

Sauf indication contraire, le périmètre de reporting extra-financier couvre SRP Groupe et ses filiales consolidées Showroomprivé.com, SRP Logistique, Showroomprive Store, ABC Sourcing, Showroomprive Germany GmbH, Showroomprive Spain SLU, Showroomprive Italy SRL, SRP Prod, Showroomprive Maroc et Saldi Privati SRL.

Les sociétés Beauté Privée SAS et Showroomprive Sweden AB, intégrées au Groupe en 2017, ne sont pas incluses au périmètre de reporting pour l'exercice 2017 mais seront intégrées pour les prochains exercices. Les indicateurs relatifs aux formations, ainsi que les indicateurs relatifs aux accidents du

1 Consommation des sites en France, hors-entrepôts, soit 38 % des surfaces occupées par les sites du Groupe dans le monde.

2 Consommation des sites en France, hors-entrepôts, soit 38 % des surfaces occupées par les sites du Groupe dans le monde.

travail portent sur l'effectif Showroomprive.com SARL uniquement, soit 75 % des effectifs présents au 31 décembre 2017.

2. L'indicateur relatif à l'absentéisme porte sur les effectifs des filiales françaises du Groupe. Précisions et limites méthodologiques

Les effectifs prennent en compte les collaborateurs présents dans l'entreprise au 31 décembre 2017 en contrat permanent, en contrat à durée déterminée, en contrat de professionnalisation et en contrat d'apprentissage. Les stagiaires ne sont pas inclus dans les effectifs.

Les embauches prennent en compte les recrutements externes ainsi que les mobilités en provenance du Groupe (non significatif). Les départs prennent en compte les démissions, les ruptures conventionnelles ainsi que les licenciements. Les fins de contrat et fins de période d'essai ne sont pas comptabilisées. Les contrats permanents, contrats à durée déterminée, contrats de professionnalisation et contrats d'apprentissage sont comptabilisés. Les recrutements et départs de stagiaires ne sont pas inclus.

Le taux d'absentéisme pour maladie et absences non justifiées correspond aux jours effectifs d'absence des salariés (jours ouvrés), rapportés aux jours théoriquement travaillés (incluant les jours de congés) sur l'année civile.

Les accidents du travail avec arrêt incluent les accidents de trajet. Le calcul du taux de fréquence des accidents du travail avec arrêt correspond au nombre d'accidents du travail avec arrêt pour un million d'heures travaillées. Le calcul du taux de gravité des accidents du travail avec arrêt correspond au nombre d'accident du travail avec arrêt pour 1000 heures travaillées. Le nombre de jours d'arrêt utilisé pour le calcul du taux de fréquence et du taux de gravité est comptabilisé en jours calendaires. Le nombre d'heures travaillées utilisé pour le calcul du taux de fréquence et du taux de gravité correspond aux heures travaillées réelles des collaborateurs.

Les heures de formation prennent en compte la totalité des formations réalisées par des prestataires externes. Les heures de formation dispensées en interne ne sont pas comptabilisées. Le temps de formation des effectifs en contrat de professionnalisation et contrats d'apprentissage est inclus hors temps passé en établissement. Le nombre de salariés ayant bénéficié d'une formation correspond au nombre de personnes formées (une personne pouvant être comptabilisée plusieurs fois si elle a suivi plusieurs formations sur l'exercice).

La consommation d'énergie correspond à la consommation réelle des sites en France. Pour le siège, les consommations mensuelles non disponibles ont été estimées sur la base de la consommation maximale observée pour le site au cours de l'année. L'électricité est la seule énergie consommée sur les sites. Les consommations de carburant concernent uniquement la France et l'Italie.

Les émissions de Gaz à Effet de Serre liées à l'énergie et aux déplacements professionnels sont calculées sur la base des consommations d'énergie et de carburant multipliées par les facteurs d'émissions fournis par RTE et TOTAL.

Enfin, aucune donnée quantitative n'a pu être constituée quant aux volumes d'emballages consommés sur l'exercice 2017. Le Groupe réfléchit actuellement à la mise en place d'un suivi des emballages (papier et carton) ainsi qu'aux mesures permettant de réduire la consommation d'emballages.

