

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 1er janvier 2016 au 31 décembre 2016.
- Le périmètre de reporting correspond, sauf mention spécifique, aux activités d'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 873 salariés (au 31/12/2016). 79,3% des équipes ont moins de 36 ans.

1. L'effectif

Au 31 décembre 2016, l'effectif du Groupe était de 873 salariés dans le monde, contre 826 salariés au 31 décembre 2015, soit une augmentation de 5,7%.

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

Effectif physique total	2014	2015	2016
Monde.....	694	826	873
dont France.....	672	807	840

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 2015 et 2016, l'affectation par entité juridique des 873 salariés du Groupe était la suivante :

Effectif physique par entité juridique	31 décembre 2015	31 décembre 2016
SRP Groupe S.A.....	0	0
Showroomprive.com S.a.r.l.....	618	693
SRP Logistique S.a.r.l.....	174	147
Showroomprive Store S.a.r.l.....	14	0
Showroomprive Germany GmbH.....	0	2
Showroomprive Spain SLU.....	18	28
Showroomprive Italy S.r.L.....	2	3
TOTAL.....	826	873

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

- **Répartition des effectifs par activité**

Au 31 décembre 2016, les salariés se répartissent de la façon suivante entre les différentes activités du Groupe :

	déc.-16
Achats	153
Administration des ventes	29
Audit Qualité	1
Communication financière	3
Comptabilité	13
Contrôle de gestion	11
Direction de la marque	26
Direction générale	7
IRL	4
IT Projets	19
IT Support	6
IT Vendée	50
Juridique	3
Logistique administrative	15
Look Forward	2
Marketing B to C	30
Marketing B to B	18
Production des ventes	230
Ressources humaines	13
Service clients	78
Services généraux	9
SRP 30	
SRP GROUPE	
SRP LOGISTIQUE	147
Transport	2
Wholesale	4
TOTAL	873

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

La répartition des effectifs par type de contrat aux 31 décembre 2014, 2015 et 2016 s'établit comme suit :

Répartition des effectifs par type de contrat	31 décembre		
	2014	2015	2016
Contrats à durée indéterminée.....	553	639	748
Contrats à durée déterminée et autres (contrats de professionnalisation, apprentissage, etc.).....	141	187	125
TOTAL.....	694	826	873

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

La répartition des effectifs par tranche d'âge aux 31 décembre 2014, 2015 et 2016 s'établit comme suit :

Répartition des effectifs par tranche d'âge	31 décembre		
	2014	2015	2016
25 ans et moins.....	196	195	118
26-35 ans	373	475	575
36-45 ans	88	120	141
46 ans et plus.....	37	36	39
TOTAL.....	694	826	873

- **Répartition des effectifs par genre**

La répartition des effectifs par genre aux 31 décembre 2014, 2015 et 2016 s'établit comme suit :

Répartition des effectifs par genre	31 décembre		
	2014	2015	2016
Femmes	402	506	544
Hommes	292	320	329
TOTAL.....	694	826	873

2. Les embauches et les départs

Le nombre d'embauches au cours des exercices clos les 31 décembre 2014, 2015 et 2016 s'établit comme suit :

Nombre d'embauches	31 décembre		
	2014	2015	2016
Monde	377	473	423
dont France.....	359	469	393

La part des embauches dans l'effectif global aux 31 décembre 2015 et 2016 ressort respectivement à 57,2% et 48,4%. 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 2014, 2015 et 2016 s'établit comme suit :

Nombre de départs	31 décembre		
	2014	2015	2016
Monde	97	110	149
dont France.....	85	107	142

La part de ces départs dans l'effectif global aux 31 décembre 2015 et 2016 ressort respectivement à 13,3% et 17%.

Les 146 départs comptabilisés sur les sociétés françaises du Groupe en 2016 se répartissent comme suit :

- 76 démissions ;
- 53 ruptures conventionnelles ;
- 17 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 2014, 2015 et 2016 s'établit comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 décembre		
	2014	2015	2016
Rémunération brute	21,9	28,3	31.4

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. En France, au 31 décembre 2016, 1,26% des collaborateurs travaillaient à temps partiel soit 11 salariés.

2. L'absentéisme

En 2016, le taux d'absentéisme (pour maladies et absences non justifiées) s'élevait à 1,88%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

¹ Cet indicateur porte sur l'effectif Showroomprive.com SARL uniquement, soit 79% des effectifs présents au 31 décembre 2016.

carence en raison de l'absence de candidature. Il existe également des délégués du personnel. Il n'y a 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 et sept suppléants 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.

Les prochaines élections professionnelles seront organisées en Octobre 2017.

2. Le bilan des accords collectifs

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

- Un accord de participation a été signé en septembre pour les sociétés Showroomprive.com SARL et SRP Logistique SARL ;
- Un Plan d'Epargne Groupe International a été mis en place pour les sociétés Showroomprive Spain SLU et Showroomprive Italy SRL.

Aucun nouvel accord n'a été signé au courant de l'année 2016.

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 2016, 13 Equipiers de Première Intervention et 13 Sauveteurs Secouristes du Travail ont été formés.

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 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.

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.

3. 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 2014, 2015 et 2016 s'établit comme suit :

	31 décembre		
	2014	2015	2016
Nombre d'accidents du travail et trajet avec arrêt ²	8	9	3

Le taux de fréquence des accidents du travail avec arrêt au titre des exercices clos les 31 décembre 2014, 2015 et 2016 s'établit comme suit :

	31 décembre		
	2014	2015	2016
Taux de fréquence des accidents du travail et trajet avec arrêt ¹	15,39%	10,54%	2,74% ³

Le taux de gravité des accidents du travail avec arrêt au titre des exercices clos les 31 décembre 2014, 2015 et 2016 s'établit comme suit :

	31 décembre		
	2014	2015	2016
Taux de gravité des accidents du travail et trajet avec arrêt ¹	0,13%	0,21%	0,01% ⁴

Aucune maladie professionnelle n'a été déclarée en 2016.

V. Formation

1. Les politiques mises en œuvre en matière de formation

² Ces indicateurs portent sur l'effectif Showroomprive.com SARL uniquement, soit 79% des effectifs présents au 31 décembre 2016.

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.

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 2016, 246 salariés de la société Showroomprive.com SARL ont suivi des formations pour un nombre total d'heures de formation égal à 3 997 heures.

La répartition des formations par genre s'établit à 78% en faveur des femmes et 22% en faveur des hommes en 2016.

En 2016, 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 (Web design, UX, HTML à titre d'exemples) ;
- La sécurité sur le lieu de travail.

Pour l'année 2017, outre les formations obligatoires dans le domaine de la sécurité, les actions prioritaires en termes de formation portent sur :

- Les langues étrangères ;
- La maîtrise de nos outils métiers (outil de gestion CRM, logiciel de traduction) ;
- Le management ;
- Les formations techniques (informatique, techniques photos et vidéo, *community management*, etc.).

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 2015 et 2016 s'établissent comme suit :

	31 décembre ⁵	
	2015	2016
Nombre total d'heures de formation	2 623	3 992.5 ⁶
Part du budget annuel dépensé en formation dans la masse salariale	0,59%	0,8% ¹

* information non disponible

⁵ Ces indicateurs portent sur l'effectif Showroomprive.com SARL uniquement, soit 79% des effectifs présents au 31 décembre 2016.

⁶ Ces indicateurs portent sur l'effectif Showroomprive.com SARL uniquement, soit 79% des effectifs présents au 31 décembre 2016.

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 (62% des effectifs du Groupe au 31 décembre 2016), 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.

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 2016, le montant des achats réalisé auprès du secteur protégé ou adapté s'élevait à 24 791.50 €.

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 2015, 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. Cela s'est traduit par la signature d'un contrat logistique en 2014 avec Dispéo, ayant permis de créer 400 emplois dans le Nord dont 150 CDI.

Par ailleurs, les ventes ont progressé en 2016 se traduisant par l'augmentation du nombre de colis livrés. Ceci a permis d'augmenter le montant de la sous-traitance aux transporteurs de 17.4%.

2. 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 2016, cet engagement s'est traduit par la participation à 19 forums, ainsi qu'à la participation à 13 événements dédiés aux étudiants (tables rondes, interventions, corporate talk etc.).

- **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.

La partie incubateur du projet Look Forward permet à des startups bousculant les manières de produire, consommer et distribuer la mode de se développer en suivant un programme totalement gratuit.

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, Who's Next, l'événement national Startup Assembly (journée du patrimoine des startups) ;

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.

En 2016, l'incubateur a accueilli sa seconde promotion de startups composée des entreprises suivantes :

- **The ChatBot Factory** (<http://www.thechatbotfactory.com/>) : Cette société est spécialisée dans la conception, la scénarisation, le développement et l'entraînement de chatbots (intelligence artificielle).
- **BirdyCent** (<http://www.birdycent.com/>) : Application permettant l'épargne indolore, à l'euro supérieur des achats en ligne effectués par l'utilisateur afin de constituer une cagnotte dépensable chez des e-commerçants partenaires.
- **Ender** (<http://www.ender.paris/en>) : Ender est une startup early-stage développant une solution software et hardware qui permet, suite à un scan 3D, de proposer à chaque cliente des bonnets de soutien-gorge sur-mesure et imprimés en 3D, qui sont directement intégrables dans tous les produits du partenaire.
- **Segundo Piso** (<http://segundopiso.fr/>) : Segundo Piso est un site de vente en ligne haut de gamme dédié au marché antillo-guyanais (Guadeloupe, Martinique, St-Barthélémy) prochainement couplé à un concept-store physique en Guadeloupe.

- Afrikrea (<https://www.afrikrea.com/>) : Afrikrea est une plateforme dédiée aux créateurs et artisans africains ou non, proposant de la mode, de l'artisanat ou l'art inspirés par l'Afrique.
- Hivency (<http://hivency.com/>) est une plateforme automatisée de mise en relations entre marques et influenceurs : la marque met à disposition une quantité de produits, que les influenceurs peuvent demander sur la plateforme en échange d'une couverture médiatique sur les réseaux sociaux.
- Maintool (<http://maintool.me/>) conçoit un bracelet de montre en cuir intégrant capteurs, batterie et vibreur, permettant de rendre n'importe quel boîtier horloger connecté.

- **La promotion du numérique et de l'entrepreneuriat au sein d'un territoire sensible**

Installé à La Plaine-Saint-Denis, Look Forward est un modèle d'incubateur original pour le territoire. Souhaitant participer au développement de l'économie numérique, ne représentant que 7% des activités de Seine-Saint-Denis, et favoriser l'essor d'entrepreneurs au sein de ce territoire périurbain sensible, l'incubateur en 2016 s'est saisi de ces sujets.

Il a ainsi développé un partenariat avec le Réseau Entreprendre, plus ancien réseau d'entrepreneur historiquement créé par André Mulliez dans le Nord de la France. Ce partenariat vise à promouvoir l'entrepreneuriat par la tenue d'évènements ouverts au plus grand nombre au sein desquels des entrepreneurs de tous horizons témoignent de leurs parcours.

En outre, Look Forward a rejoint en 2016 le réseau « Arc de l'Innovation », initiative développée par la Mairie de Paris qui tente de faire émerger un écosystème soutenant l'innovation dans la périphérie Nord-Ouest du Grand Paris. L'Arc de l'Innovation accueille des entreprises, des tiers-lieux, des acteurs publics et d'autres personnalités volontaires. Look Forward dans ce cadre s'engage à développer l'animation du réseau à La Plaine Saint-Denis.

- **Une exposition prospective sur la mode et le retail : Le Look Forward Fashion Tech Festival**

Second pan du projet global Look Forward, SRP Groupe a lancé en 2016 la première édition du Look Forward Fashion Tech Festival, dénommée WEAREABLE.

Coproduite avec la Gaîté Lyrique, cette exposition ouverte à tous a été un franc succès : elle a attiré plus de 10 000 visiteurs, du grand public aux experts des industries de la mode et du retail. Evènement inédit, le concept est hybride et novateur : il réunit autour d'une exposition culturelle et d'un programme de conférences et tables-rondes des publics différents. Entrepreneurs, grands groupes, experts, universitaires, étudiants, familles, designer, curieux, visiteurs : tous les profils se croisent lors du Fashion Tech festival, conformément à la volonté de SRP Groupe d'offrir un événement ouvert, imitant l'esprit de partage qui a procédé du développement même des technologies les plus révolutionnaires, au premier rang desquelles, l'internet.

La seconde édition du Look Forward Fashion Tech Festival, se tenant du 28 juin au 2 juillet 2017 à la Gaîté Lyrique, s'appuie sur les mêmes éléments que le premier événement mais est plus ambitieuse :

- L'exposition sera installée dans le grand espace de la Gaîté Lyrique, et plus de 25 œuvres y seront logées (textiles innovants, vêtements interactifs, etc.) ;
- Durant 5 jours, plus de 15 tables-rondes et près d'une dizaine de conférences seront organisées ;
- Les projets les plus audacieux des jeunes entreprises et grands groupes seront salués par un jury d'experts issus de la mode et du digital chargé de remettre les Look Forward Awards ;

- Un concours de startups sera instauré, et le projet le plus solide remportera une incubation chez SRP Groupe ;
- De nombreux fablabs, ateliers de fabrication personnels, seront proposés au grand public.

Le volet exposition du Fashion Tech Festival est porté par un fonds de dotation spécialement créé par SRP Groupe. La Mairie de Paris salue l'événement et Anne Hidalgo, Maire de Paris, lui apporte son haut-patronage. L'exposition est une fois encore, gratuite et ouverte à tous.

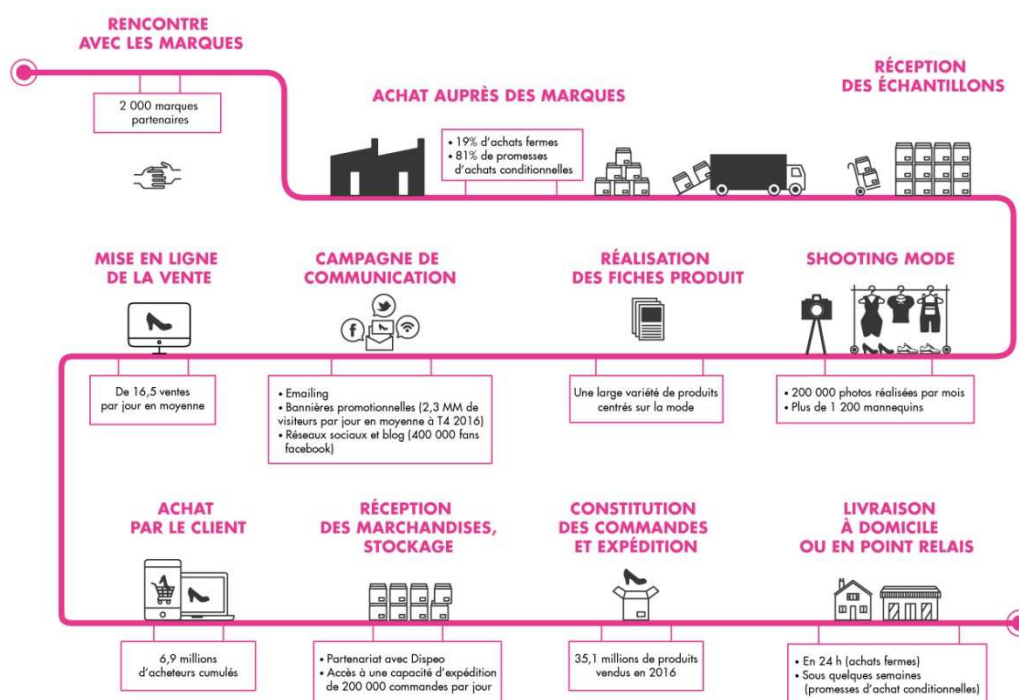
II. Relations entretenues avec les personnes ou organisations intéressées par l'activité du Groupe

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 2016 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 2016 davantage d'associations caritatives.

Une part de ce soutien a été effectuée par le don d'objets excédentaires, résultant des ventes évènementielles organisées quotidiennement par SRP Groupe, à des associations caritatives. Au total, près de 975 000 euros de produits ont été versés à ces associations au premier rang desquelles Emmaüs. Dans le cadre de la gestion de sa relation client, le Groupe fait appel à ADM Value, opérateur de centre de contacts situé à Madagascar. Depuis 2014, le Groupe fait appel à la solidarité de ses collaborateurs pour aider l'orphelinat de Bel Air (Antananarivo), partenaire d'ADM Value. De nombreux, jouets, livres et fournitures sont ainsi collectés et les rencontres avec ADM Value sont l'occasion pour les collaborateurs de se rendre à l'orphelinat chaque année.

Autre exemple de l'engagement du Groupe, SRP Groupe a sponsorisé la participation de 40 collaboratrices à la course La Parisienne en septembre dernier, soutenant ainsi la recherche sur le cancer du sein.

En outre, 2016 a été marquée par la naissance de la Fondation d'Entreprise de SRP Groupe.

Créée en septembre 2016, celle-ci a notamment pour objet de venir en aide aux plus démunis face à l'emploi, en œuvrant en faveur de leur réinsertion professionnelle.

Son premier projet est le lancement d'une formation aux métiers du e-commerce, gratuite et ouverte aux demandeurs d'emploi sans prérequis de diplômes, de ressources ou de parcours à Roubaix. Seule la motivation permet l'entrée dans cette formation. Débutant en mars 2017, 20 personnes vont pouvoir être formées durant 6 mois aux métiers du e-commerce.

La formation s'appuie sur des pédagogies innovantes – mode-projet, classe inversée, apprentissage par le faire, et est assurée par une équipe de trois personnes à temps plein. Les salariés de SRP Groupe sont fortement intégrés à la formation, et interviendront 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.

L'ambition de l'école aux métiers du e-commerce de SRP Groupe est de proposer à terme plusieurs formations au sein des territoires sur lesquels l'entreprise est installée.

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. 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 réfléchit depuis deux ans à l'intégration de critères sociaux, environnementaux et sociétaux dans la contractualisation et les relations avec ses marques partenaires.

III. Loyauté des pratiques

1. Les actions engagées pour prévenir la corruption

La direction Relation client de SRP Groupe collabore avec six sociétés 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.

Des engagements ainsi qu'une charte qualité Service client sont également en cours de rédaction.

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.

- **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) ; 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 ATOS 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, la banque du Groupe vérifie la validité du numéro de carte bancaire et s'assure 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 (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*.

En juin 2015, le jeu concours « Devenez notre interprète ! » a été organisé auprès de la communauté des personnes sourdes et malentendantes pour créer le signe Showroomprivé en langage des signes français. Gardant à l'esprit l'image de marque, le logo, sa philosophie et son concept, les participants étaient invités à envoyer des vidéos à soumettre à un jury avec, à la clé, un bon d'achat d'une valeur de 500 € à gagner.

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 envisage de mener des actions de sensibilisation des salariés aux questions environnementales lors des prochains exercices.

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. 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 a signé un contrat 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 2016, 85 équipements électriques parmi lesquels des ordinateurs, des écrans, des imprimantes, ont été repris par notre partenaire Valorep.

— Les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire

Cette section n'est pas pertinente pour SRP Groupe compte tenu de son activité.

2. Economie circulaire

SRP Groupe soutient l'économie circulaire à l'échelle de la ville de Roubaix. La Ville de Roubaix a lancé depuis quelques années le programme Zéro Déchet, et lance de nombreuses actions et expérimentations visant à réduire et valoriser les déchets émanant tant des personnes publiques que privées.

Soutenant la politique de Ville, SRP Groupe s'est engagé en 2016 dans le comité consultatif du volet Economie Circulaire de cette politique publique. Le Groupe conseille donc la municipalité sur ces actions et participe à la co-création du plan en cours de finalisation.

3. 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 litres⁷. Aussi, la consommation du Groupe s'élèverait à 11 628 m³ sur l'exercice 2016.

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.

4. 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 Marly. La consommation d'électricité correspondante s'élève à 619 MWh² sur l'exercice 2016. Le contrat d'énergie ne comporte pas à date de sources d'énergies renouvelables.

⁷ Source : SMEGREG 2007, « Principaux ratios de consommation d'eau »

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

5. 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 2016, les émissions de Gaz à Effet de Serre liées aux consommations d'énergie⁸ et de carburant des véhicules de la flotte s'élèvent respectivement à 58 tonnes eq. CO₂ et 178 tonnes eq. CO₂ sur le périmètre France. 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, à l'adaptation aux conséquences du changement climatique 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.

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 2016.

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

Les sociétés Saldi Privati et ABC Sourcing, intégrées au Groupe fin 2016, ne sont pas incluses au périmètre de reporting pour l'exercice 2016 mais seront intégrées pour les prochains exercices.

Les indicateurs relatifs aux formations, le taux d'absentéisme (pour maladies et absences non justifiées) ainsi que les indicateurs relatifs aux accidents du travail portent sur l'effectif Showroomprive.com SARL uniquement, soit 79% des effectifs présents au 31 décembre 2016.

Les indicateurs liés à la consommation d'énergie des sites portent sur la consommation des sites en France, hors entrepôts, soit 38% des surfaces occupées par les sites du Groupe.

2. Précisions et limites méthodologiques

Les effectifs prennent en compte les collaborateurs présents dans l'entreprise au 31 décembre 2016 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

⁸ Consommation des sites en France, hors-entrepôts, soit 38% des surfaces occupées par les sites du Groupe dans le monde.

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. Il est à noter que les jours théoriques travaillés sont calculés sur la base des jours théoriques ouvrés chaque mois multipliés par l'effectif ETP présent le dernier jour de chaque mois.

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 hors entrepôts et magasins de détail. 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 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, les emballages carton et plastique sont les principales matières premières utilisées sur les sites de production du Groupe. Nous allons chercher à quantifier dans les années à venir les tonnages d'emballages consommés chaque année.