

CHAPITRE RSE – SRP Groupe SA

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 2015 au 31 décembre 2015.
- 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 Showroomprivé, 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 salariés, soit plus de 800 personnes. Plus de 80% des équipes ont moins de 35 ans.

1. L'effectif

Au 31 décembre 2015, l'effectif du Groupe était de 826 salariés dans le monde, contre 694 salariés au 31 décembre 2014, soit une augmentation de 19,0%.

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

Effectif physique total	2013	2014	2015
Monde	555	694	826
dont France	546	672	806

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.

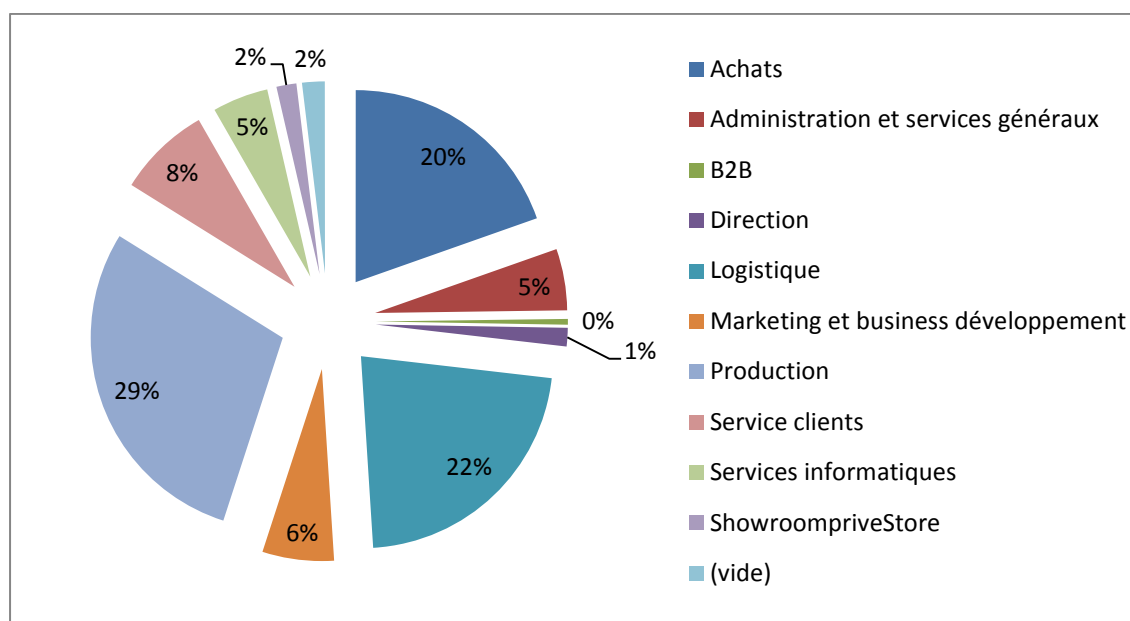
Aux 31 décembre 2014 et 2015, l'affectation par entité juridique des 826 salariés du Groupe était la suivante :

Effectif physique par entité juridique	31 décembre 2014	31 décembre 2015
SRP Groupe S.A.....	0	0
Showroomprive.com S.a.r.l.....	485	618
SRP Logistique S.a.r.l.....	174	174
Showroomprive Store S.a.r.l.....	13	14
Showroomprive Germany GmbH.....	4	0
Showroomprive Spain SLU.....	16	18
Showroomprive Italy S.r.L.....	2	2
TOTAL.....	694	826

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

- **Répartition des effectifs par activité**

Au 31 décembre 2015, les salariés se répartissent de la façon suivante entre les différentes activités du Groupe :



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

La répartition des effectifs par type de contrat aux 31 décembre 2013, 2014 et 2015 s'établit comme suit :

Répartition des effectifs par type de contrat	31 décembre		
	2013	2014	2015
Contrats à durée indéterminée.....	458	553	639

Contrats à durée déterminée et autres (contrats de professionnalisation, apprentissage, etc.)	97	141	187
TOTAL	555	694	826

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

La répartition des effectifs par tranche d'âge aux 31 décembre 2013, 2014 et 2015 s'établit comme suit :

	31 décembre		
Répartition des effectifs par tranche d'âge	2013	2014	2015
25 ans et moins.....	176	196	195
26-35 ans.....	278	373	475
36-45 ans.....	71	88	120
46 ans et plus.....	30	37	36
TOTAL	555	694	826

- **Répartition des effectifs par genre**

La répartition des effectifs par genre aux 31 décembre 2013, 2014 et 2015 s'établit comme suit :

	31 décembre		
Répartition des effectifs par genre	2013	2014	2015
Femmes.....	314	402	506
Hommes.....	241	292	320
TOTAL	555	694	826

2. Les embauches et les départs

Le nombre d'embauches au cours des exercices clos les 31 décembre 2013, 2014 et 2015 s'établit comme suit :

	31 décembre		
Nombre d'embauches	2013	2014	2015
Monde.....	321	377	473
dont France.....	313	359	469

La part des embauches dans l'effectif global aux 31 décembre 2014 et 2015 ressort respectivement à 52% et 57%. 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 2013, 2014 et 2015 s'établit comme suit :

	31 décembre		
--	-------------	--	--

Nombre de départs	2013	2014	2015
Monde	114	97	110
dont France.....	102	85	107

La part de ces départs dans l'effectif global aux 31 décembre 2014 et 2015 ressort respectivement à 12% et 13%.

Les 107 départs comptabilisés sur les sociétés françaises du Groupe en 2015 se répartissent comme suit :

- 55 démissions ;
- 30 ruptures conventionnelles ;
- 22 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 2013, 2014 et 2015 s'établit comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 décembre		
	2013	2014	2014
Rémunération brute.....	17,5	21,9	28,3

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 2015, 1% des collaborateurs travaillaient à temps partiel soit 8 salariés.

2. L'absentéisme

En 2015, le taux d'absentéisme (pour maladies et absences non justifiées) s'élevait à 1,56%¹.

III. Relations sociales

1. L'organisation du dialogue social

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. Le comité d'entreprise est composé de cinq membres titulaires (deux représentant les cadres et les agents de maîtrise et trois représentant les employés) et trois membres suppléants, élus au sein du collège des employés. Le Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT) est composé de quatre membres. 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.

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.

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'Épargne Groupe International a été mis en place pour les sociétés Showroomprive Spain SLU et Showroomprive Italy SRL.

Aucun accord n'a porté sur les conditions de santé et de sécurité au travail.

IV. Santé et sécurité

¹ Cet indicateur porte sur l'effectif Showroomprive.com SARL uniquement, soit 74% des effectifs présents au 31 décembre 2015.

1. Les conditions de santé et de sécurité au travail

Des Sauveteurs Secouristes du Travail ainsi que des Equipiers de Première Intervention sont formés que ce soit au niveau des sièges, sites de production et entrepôts du Groupe.

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.

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 2013, 2014 et 2015 s'établit comme suit :

	31 décembre		
	2013	2014	2015
Nombre d'accidents du travail avec arrêt ²	5	8	9

Le taux de fréquence des accidents du travail avec arrêt au titre des exercices clos les 31 décembre 2013, 2014 et 2015 s'établit comme suit :

	31 décembre		
	2013	2014	2015
Taux de fréquence des accidents du travail avec arrêt ¹	9,84%	15,39%	10,54%

Le taux de gravité des accidents du travail avec arrêt au titre des exercices clos les 31 décembre 2013, 2014 et 2015 s'établit comme suit :

	31 décembre		
	2013	2014	2015
Taux de gravité des accidents du travail avec arrêt ¹	0,23%	0,13%	0,21%

Aucune maladie professionnelle n'a été déclarée en 2015.

V. Formation

² Ces indicateurs portent sur l'effectif Showroomprive.com SARL uniquement, soit 74% des effectifs présents au 31 décembre 2015.

1. Les politiques mises en œuvre en matière de formation

La création relativement récente du Groupe, conjuguée à la faible moyenne d'âge des salariés, induisent de faibles besoins en termes d'ajustements de compétences.

À titre d'exemple, en 2015, 284 salariés de la société Showroomprive.com SARL ont suivi des formations pour un nombre total d'heures de formation égal à 2 623 heures.

La répartition des formations par genre s'établit à 85,5% en faveur des femmes et 14,5% en faveur des hommes en 2015.

En 2015, les formations ont concerné les domaines de compétence suivants :

- Le développement commercial ;
- La communication / le marketing ;
- Les langues étrangères (notamment l'anglais) ;
- Les outils informatiques (dans le cadre de la mise en œuvre d'un nouvel outil de CRM) ;
- La sécurité sur le lieu de travail ;
- La gestion de projet et agilité.

Pour l'année 2016, outre les formations obligatoires dans le domaine de la sécurité, les actions prioritaires en termes de formation portent sur :

- Le développement commercial ;
- Les langues étrangères ;
- La maîtrise des outils de bureautique ;
- Le management (notamment avec un module spécial recrutement et diversité) ;
- 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 2014 et 2015 s'établissent comme suit :

	31 décembre	
	2014	2015
Nombre total d'heures de formation.....	3 961	2 623 ³
Part du budget annuel dépensé en formation dans la masse salariale	0,83%	0,59% ²¹

3 Ces indicateurs portent sur l'effectif Showroomprive.com SARL uniquement, soit 74% des effectifs présents au 31 décembre 2015.

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 (61% des effectifs du Groupe au 31 décembre 2015), 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.

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 2015, le montant des achats réalisé auprès du secteur protégé ou adapté s'élevait à 33 200 €

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.

Enfin, une sensibilisation à la diversité sera également effectuée à partir du premier semestre 2016 au travers de la formation des membres du Comité Exécutif et d'un ensemble de managers à la diversité et à la non-discrimination.

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 SOCIÉTALES

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 2015 se traduisant par l'augmentation du nombre de colis livrés. Ceci a permis d'augmenter le montant de la sous-traitance aux transporteurs de 20%.

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 2015, cet engagement s'est traduit par la participation à une dizaine de forums, ainsi qu'à l'intervention de collaborateurs du Groupe auprès des étudiants pour des simulations d'entretien ou conférences.

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

La vision du Groupe est de contribuer au développement d'une véritable plateforme de l'innovation de la mode en France. En accord avec cette vision et des valeurs centrant l'innovation comme vecteur clé de développement, SRP Groupe souhaite jouer un rôle complémentaire dans la révolution du monde de la mode et du retail en accompagnant de jeunes entreprises innovantes à fort potentiel de croissance. En juin 2015, le Groupe a lancé Look Forward, une plateforme d'innovation en matière de mode et de commerce digital qui réunissait neuf startups en février 2016.

L'ambition de Look Forward est de bousculer la façon de distribuer, consommer et produire la mode en permettant à des startups de se développer dans le cadre d'un programme d'un an 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, studios photos, salles de réunions, espaces de co-working et de détente ;
- Un manager expert de l'entrepreneuriat et de l'innovation, entièrement dédié à l'incubateur ;
- Un accompagnement opérationnel par des équipes d'experts et mentors en finance, logistique, administration, juridique, marketing, communication, IT, business development, service client, etc. ;
- Un écosystème de la mode et du digital : clients, partenaires, experts et investisseurs.

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

Le Groupe est fier de ce programme comprenant depuis le lancement les startups incubées suivantes :

- Igloo (<http://www.goodigloo.com>) : Une application qui transforme votre appartement en cabine d'essayage pour 1 euro seulement. L'application fait la promesse d'amener les boutiques chez vous.
- De Rigueur (<http://www.theconnectedsleeve.by.derigueur.fr>) : Cette jeune start-up lyonnaise, fraîchement récompensée du prix de l'innovation au CES 2016 de Las Vegas, a inventé la toute première maison de haute maroquinerie connectée. La première solution de recharge de smartphone embarquée, intelligente & élégante.
- Louis Antoinette Paris (<https://www.louisantoinette.com>) : Première marque de vêtements & accessoires de mode à faire soi-même. Chaque modèle est proposé en 2 formats : recevez le patron seul, ou le kit complet contenant le patron, le tissu, la mercerie ainsi que le carnet d'accompagnement pour guider les débutants comme les confirmés.
- Le Lab (<http://www.lalab.cc/bienvenue/>) : Inventeur de la chemise idéale, unique au monde : Antitache, anti-transpirante et stretch.
- Upfit (<http://upfit-services.com>) : La start-up lyonnaise Upfit commercialise auprès des sites e-commerce de vêtement un service en plug-in qui permet aux acheteurs de déterminer leur taille.
- Dresswing (<https://www.dresswing.fr>) : Location de vêtements et accessoires de luxe entre particuliers. Dresswing permet aux passionnées de mode de monétiser ce qui fait partie du quotidien des femmes depuis toujours : le prêt de vêtements entre amies.
- Clic & Fit (<https://www.clicandfit.com>) : Le complice de votre style. Des vêtements et accessoires sélectionnés par une styliste personnelle, livrés gratuitement chez vous
- Wepopit (<http://www.wepopit.fr>) : plateforme parisienne de crowdfunding dédiée aux créateurs de mode leur permettant de développer des collections de prêt-à-porter, lingerie, chaussures, sacs et accessoires ou d'organiser des événements tels que des défilés de mode, shooting, casting grâce à la contribution financière d'internautes.

- Askanna (<http://askanna.me/?lang=en>) : L'application qui empêche le fashion faux pas. Ce « Tinder du vêtement » met à votre service des influenceurs, stylistes prêts à vous conseiller en quelques clics et de manière instantanée.

- **Une exposition prospective sur la mode et le retail**

En complément de Look Forward et pour atteindre la vision du Groupe de centrer l'innovation comme vecteur clé de développement, celui-ci a créé Weareable, nouveau rendez-vous coproduit par la pépinière de mode Look Forward et par la Gaîté Lyrique, ayant pour objectif de partager le fruit de recherches sur les nouveaux moyens de concevoir, distribuer et consommer.

Networking, remise de prix, vernissage, l'événement Weareable FashionTech Festival organisé en février 2016 avait pour objectif de créer des rencontres à la croisée de la technologie et de la création avec :

- Une exposition ludique et prospective présentant la jeune scène de la FashionTech à travers une vingtaine de créations ;
- Une cérémonie récompensant l'esprit d'innovation des entreprises et start-ups de la mode avec la remise des Weareable Awards ;
- Un programme de rencontres varié et dynamique, allant de la conférence grand public au meet-up professionnel ;
- Un Fablab éphémère (conçu par l'atelier Draft) invitant à découvrir les coulisses de la création et mettre la main à l'ouvrage.

Du vêtement qui respecte son environnement, aux textiles capables de s'exprimer, en passant par les innovations les plus ambitieuses du retail, Weareable s'intéresse à la jeune création, là où les expérimentations et les prototypes sont en train de naître et de dessiner le monde de demain.

Cet évènement va être reconduit en 2017, avec pour ambition de devenir un rendez-vous européen de la FashionTech.

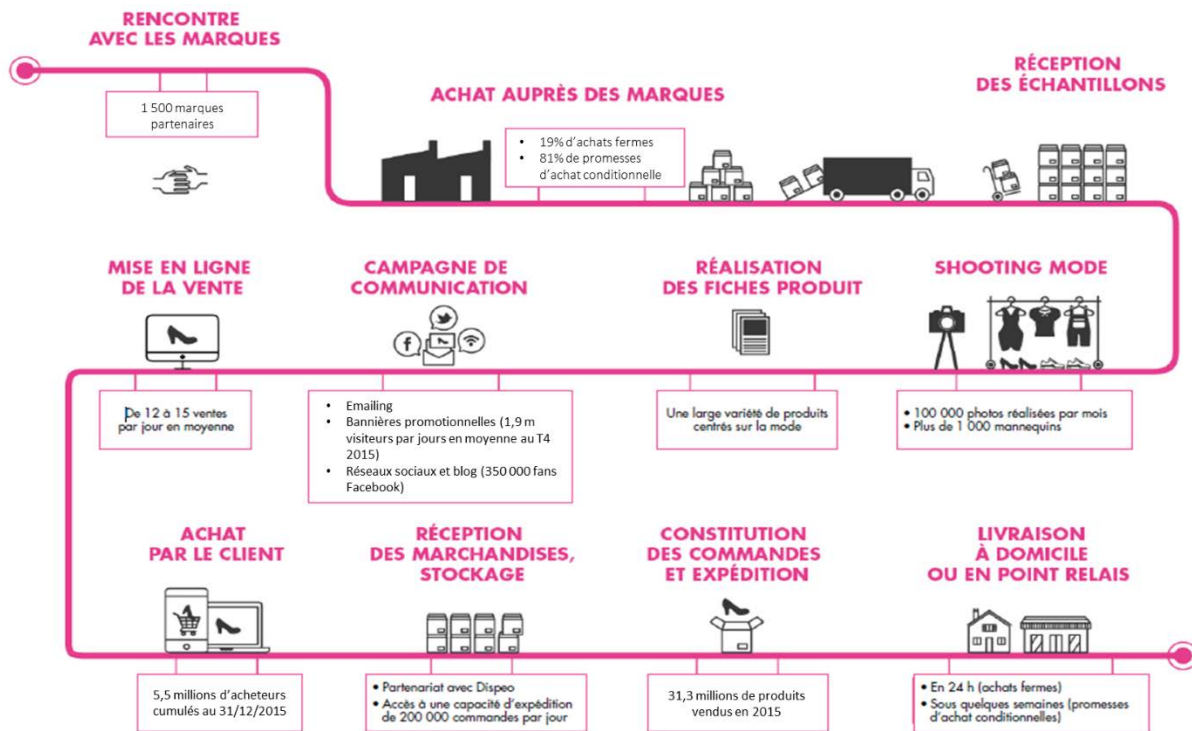
II. Relations entretenues avec les personnes ou organisations intéressées par l'activité du Groupe

1. Les conditions du dialogue avec ces personnes ou organisations

Showroomprivé, 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

Chaque jour, Showroomprive.com organise pour ses membres entre 12 et 15 ventes événementielles sur des articles de grandes marques et de marques en devenir. Suite à ces ventes, le Groupe s'est engagé à faire don à Emmaüs d'une partie significative des objets excédentaires. En 2015, 5 600 vêtements, objets décoratifs, meubles, équipements électroménager, ou encore jouets ont été ainsi donnés à l'association.

Pour une nouvelle année consécutive, SRP Groupe a soutenu la Flamme Marie Claire et son combat pour l'apprentissage. L'intégralité des bénéfices sera reversée à trois associations qui œuvrent pour la scolarisation des filles : l'ouverture d'un internat au Cambodge avec Toutes à l'école, la rénovation d'écoles en Afghanistan avec La Chaîne de l'Espoir et l'accompagnement scolaire de jeunes en difficulté en France avec l'Afev.

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.

III. Sous-traitance et fournisseurs

Les principaux postes de sous-traitance du Groupe concernent les activités 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 1 500 marques partenaires et a pour objectif de poursuivre la mise en œuvre d'une politique de croissance rentable et pérenne. Le Groupe réfléchit à l'intégration de critères sociaux, environnementaux et sociétaux dans la contractualisation et les relations avec ses marques partenaires.

IV. Loyauté des pratiques

1. Les actions engagées pour prévenir la corruption

La direction Relation client de SRP Groupe collabore avec quatre 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.

Par ailleurs, dans le cadre de la mise en place de la norme NF345, la signature d'une lettre Qualité sera requise pour l'ensemble du personnel interne du Service client. 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](https://showroomprive.com). Lors d'un paiement par carte bancaire, la transaction se fait entre le consommateur et le groupe ATOS, reconnu pour sa fiabilité en matière de transactions sur Internet. [Showroomprive.com](https://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 dernier, le jeu concours « Devenez notre interprète ! » a été lancé 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 et gestion 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). Néanmoins, aucun matériel n'a été enlevé en 2015 le parc étant relativement récent.

Par ailleurs, l'activité de vente à distance de produits de grande consommation est peu émettrice de rejets polluants 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. Utilisation durable des ressources et rejets de Gaz à Effet de Serre

3. 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 litres⁴. Aussi, la consommation du Groupe s'élèverait à 10 458 m³ sur l'exercice 2015.

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 de matières premières et les mesures prises pour améliorer l'efficacité dans leur utilisation

Les emballages carton et plastique sont les principales matières premières utilisées sur les sites de production du Groupe. Il travaille actuellement à la mise en place d'un reporting afin de suivre les tonnages d'emballages consommés chaque année.

5. 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. La consommation d'électricité correspondante s'élève à 1 061 MWh² sur l'exercice 2015. Le contrat d'énergie ne comporte pas à date de sources d'énergies renouvelables.

6. Les rejets de gaz à effet de serre

En 2015, les émissions de Gaz à Effet de Serre liées aux consommations d'énergie⁵ et de carburant des véhicules de la flotte s'élèvent respectivement à 87 tonnes eq. CO₂ et 370 tonnes eq. CO₂ sur le périmètre France. Les véhicules du Groupe sont utilisés pour la manutention ainsi que le transport de marchandise entre les entrepôts.

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

5 Consommation des sites en France hors entrepôts et magasin de détail, soit 19% des surfaces occupées par les sites du Groupe dans le monde.

Les informations relatives à l'utilisation des sols, aux conséquences de 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 MÉTHODOLOGIQUE

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 2015.

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

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 74% des effectifs présents au 31 décembre 2015.

Les indicateurs liés à la consommation d'énergie des sites portent sur la consommation des sites en France, hors entrepôts et magasins de détail, soit 19% 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 2015 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 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 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 théoriques travaillées utilisé pour le calcul du taux de fréquence et du taux de gravité est calculé sur la base des effectifs présents le dernier jour de chaque mois multiplié par une moyenne de 151,67 heures travaillées par mois par salarié.

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 disponibles en mars 2016 sur la base carbone de l'ADEME.