

Vestiaire Collective

LONG LIVE FASHION

Vestiaire Collective Déclaration de Performance Extra-financière (DPEF), 2023

Sommaire

1. Introduction	p. 3
2. Notre stratégie Impact	p. 7
3. Analyse des risques et opportunités	p. 10
4. Stratégie et performance extra-financière	p. 12
5. Annexes	p. 27

1. Introduction

Qui nous sommes

Une passion pour la mode durable

Vestiaire Collective est l'une des principales plateformes mondiales de revente de mode de luxe. Notre mission est de transformer l'industrie de la mode pour un avenir plus durable. Nous défendons le mouvement de la mode circulaire comme alternative à la surproduction, à la surconsommation et aux pratiques de gaspillage de l'industrie.

En suivant notre philosophie « Long Live Fashion », Vestiaire Collective inspire les amoureux de la mode, ceux qui prennent soin de leurs vêtements pour la vie, et les aide à donner une seconde vie aux vêtements qu'ils ne portent plus. Une plateforme rendue unique grâce à l'engagement de sa communauté et à son catalogue constitué de cinq millions de pièces, aussi rares que désirables.

Née à Paris en 2009, Vestiaire Collective est une entreprise certifiée B Corp®. En 2022, nous avons des bureaux à Paris, Tourcoing, Londres, Berlin, New York, Hong Kong, Singapour, Lisbonne et Séoul.

La mode durable : un marché durable

Vestiaire Collective est fondé sur un modèle d'affaires innovant, hautement évolutif et peu capitalistique, basé sur la confiance. Nous sommes parmi les leaders du marché à forte croissance **de la revente de mode de luxe**. Grâce à l'acquisition de la société américaine Tradesy en avril 2022 et au lancement de notre plateforme en Corée du Sud, nous avons pu rapidement nous développer à l'international. Voici quelques-uns de nos résultats :

- Présence dans **80** pays en Europe, aux États-Unis et en Asie
- Environ 0,8 milliard d'euros de marchandises en 2022
- Un catalogue de plus de cinq millions d'articles de mode
- **25,000** nouveaux articles disponibles chaque jour
- Un système de détection des contrefaçons fiable à **99,9%**
- **65%** des articles vendus envoyés en livraison directe

Notre modèle d'affaire

Nos ressources

Notre équipe internationale

+ de **800 collaborateurs** répartis sur **10** bureaux et **5** centres d'authentification

Notre communauté d'utilisateurs

- Une communauté **internationale** de passionnés de mode
- Un catalogue de **+ de 5 millions d'articles** de mode, toutes catégories comprises

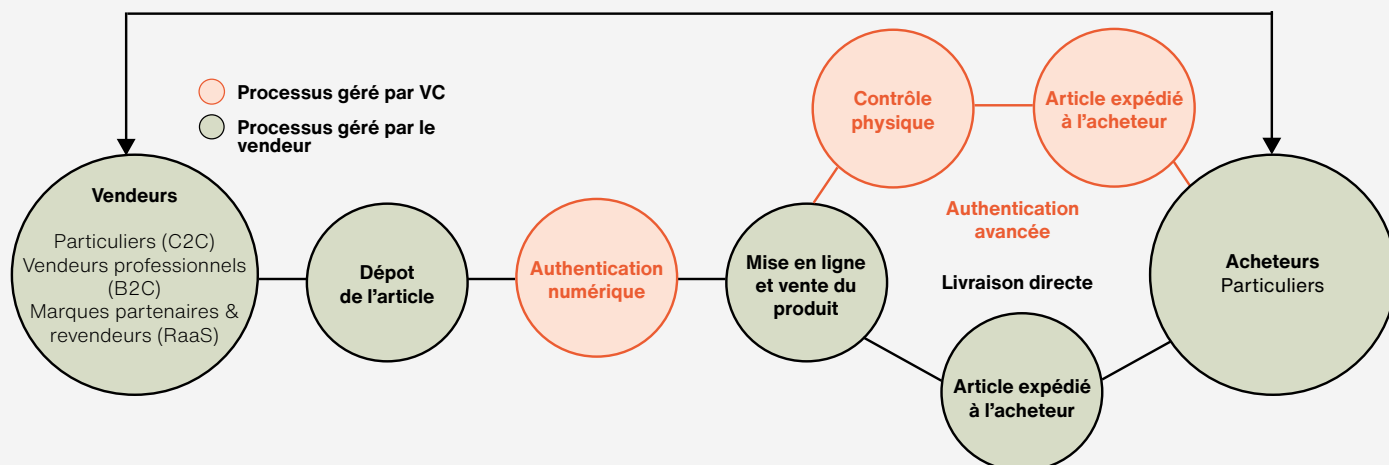
Notre plateforme évolutive

- Présence mondiale dans **+ de 80 pays** dont les États-Unis et les régions EMEA et APAC
- 14 ans d'**expertise** dans la technologie et l'authentification

Notre écosystème durable

- **Partenariats** avec des fournisseurs, des marques et des ONGs
- **Réseau** important dans les domaines de la mode et de la technologie durables

Notre modèle opérationnel



Nous offrons une expérience client haut de gamme basée sur la confiance

- **25,000 nouveaux articles de mode** sont répertoriés chaque jour sur l'application par nos vendeurs et évalués par notre équipe d'authentification numérique
- **65%** des articles vendus sont envoyés par **livraison directe**, **30%** passent par un de nos entrepôts pour être **authentifiés** et 5% sont annulés pour diverses raisons
- **40 000 articles sont authentifiés** chaque année par chacun de nos **authentificateurs physiques**
- Notre taux de **détection de contrefaçon** est de **99.9%**

Nos impacts positifs

Collaborateurs

67% de nos collaborateurs ont un sentiment d'accomplissement personnel et d'impact significatif au travail

Planète

Acheter sur Vestiaire Collective permet d'éviter **90%** du coût environnemental d'un article

Industrie de la mode

82% des articles achetés sur Vestiaire Collective évitent un achat de première main

Consommateurs

85% des acheteurs de seconde main contribuent à réduire la surconsommation en achetant moins d'articles, mais de meilleure qualité

Société

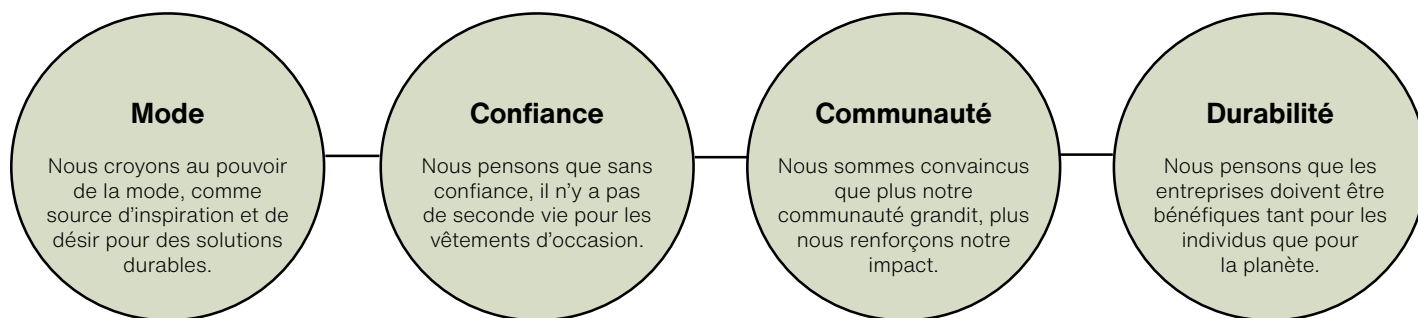
Nous créons des **emplois** chaque année et implantons nos entrepôts dans des zones touchées par de fort taux de chômage

Partenaires

Nous aidons les marques fondées sur un modèle linéaire à développer la circularité grâce à notre offre **Resale as a Service**

Nos 4 piliers de marque

Mode, Confiance, Communauté et Développement durable : voici nos quatre piliers de marque reflétant notre engagement pour transformer l'industrie de la mode pour un avenir plus durable.



Les temps forts de l'année 2022

Long Live Fashion

- Nous avons lancé notre nouvelle philosophie de marque «Long Live Fashion». Nous avons introduit nos cinq marionnettes, icônes de style, fabriquées à partir de vêtements recyclés. Elles représentent notre marque et incarnent les différentes raisons pour lesquelles la mode d'occasion est incontestablement l'avenir de la mode durable.

Notre combat contre la fast fashion

- **Better Friday** est notre réponse au Black Friday, symbole ultime de la surconsommation. Nous avons pris la décision stratégique d'interdire la fast fashion sur notre plateforme, conformément à notre mission de long terme : changer notre manière de consommer la mode.

Développement international

- Nous avons racheté l'entreprise américaine **Tradesy** et avons migré ses utilisateurs sur notre plateforme.
- En juillet 2022, nous avons lancé un service **localisé en Corée du Sud et ouvert notre cinquième centre d'authentification à Séoul.**

La mesure du changement

- Nous avons publié notre premier **Rapport d'impact**, dans lequel nous démontrons qu'acheter et vendre sur Vestiaire Collective permet de réduire l'impact environnemental de 90% par rapport à l'achat de neuf. Nous espérons inspirer notre communauté en communiquant sur notre impact, en toute transparence.
- Nous avons dévoilé le résultat net de l'impact climatique de Vestiaire Collective. En 2021, nous avons permis d'éviter deux fois plus d'émissions de gaz à effet de serre que ce que nous avons généré, ce qui montre que notre impact sur le climat est meilleur que celui de l'industrie traditionnelle de la mode.
- Nous avons également publié notre premier **Rapport de Confiance** (Trust Report) qui met en lumière notre expertise en matière d'authentification de produits de mode de luxe en seconde main. Notre système de détection de contrefaçon est fiable à 99,9%, grâce à une équipe d'experts du monde entier, à notre processus d'authentification et au contrôle qualité irréprochable de Vestiaire Collective.

Notre vision stratégique pour Vestiaire Collective

Au cours des deux dernières années, nous avons connu une croissance rapide, favorisée par l'importance accrue que nous accordons à la technologie et à des initiatives stratégiques, comme la mise en place de la livraison directe ou l'expansion aux États-Unis et en Asie Pacifique. Nous avons triplé notre volume d'affaires au cours des trois dernières années. Nous sommes aujourd'hui un véritable leader mondial sur le marché en pleine expansion de la revente de mode de luxe.

Dans les années à venir, Vestiaire Collective continuera à renforcer sa position de leader et à œuvrer en faveur d'une croissance rentable.

Continuer à réaliser des performances supérieures à celles du marché

Aujourd'hui, le marché de la revente de produits de luxe est naissant, mais il se développe à un rythme accéléré au sein d'un marché de la mode plus large de 3 000 milliards de dollars. Vestiaire Collective est aujourd'hui l'une des principales plateformes mondiales de revente de mode de luxe. Grâce à notre modèle d'affaire unique et évolutif, notre ambition est de poursuivre la croissance de nos activités en Europe, aux États-Unis et dans la région Asie Pacifique.

Donner la priorité à nos clients

Nous sommes convaincus qu'offrir à nos clients une expérience de premier choix et s'engager auprès de notre communauté sont des facteurs déterminants de performance de nos ventes. Nous faisons partie des plateformes de revente de luxe les plus fiables et prévoyons de renforcer cette position au cours des années à venir. Nous avons également pour ambition de nous établir comme la plateforme de référence en matière de mode auprès de notre communauté.

Consolider notre présence internationale

Le rachat de l'entreprise américaine Tradesy et le lancement de notre plateforme en Corée du Sud ont confirmé le statut d'acteur mondial de Vestiaire Collective. Au cours des prochaines années, nous prévoyons de renforcer notre empreinte internationale et de devenir un leader sur les principaux marchés en expansion.

Accélérer notre mission de transformer l'industrie de la mode pour un avenir plus durable

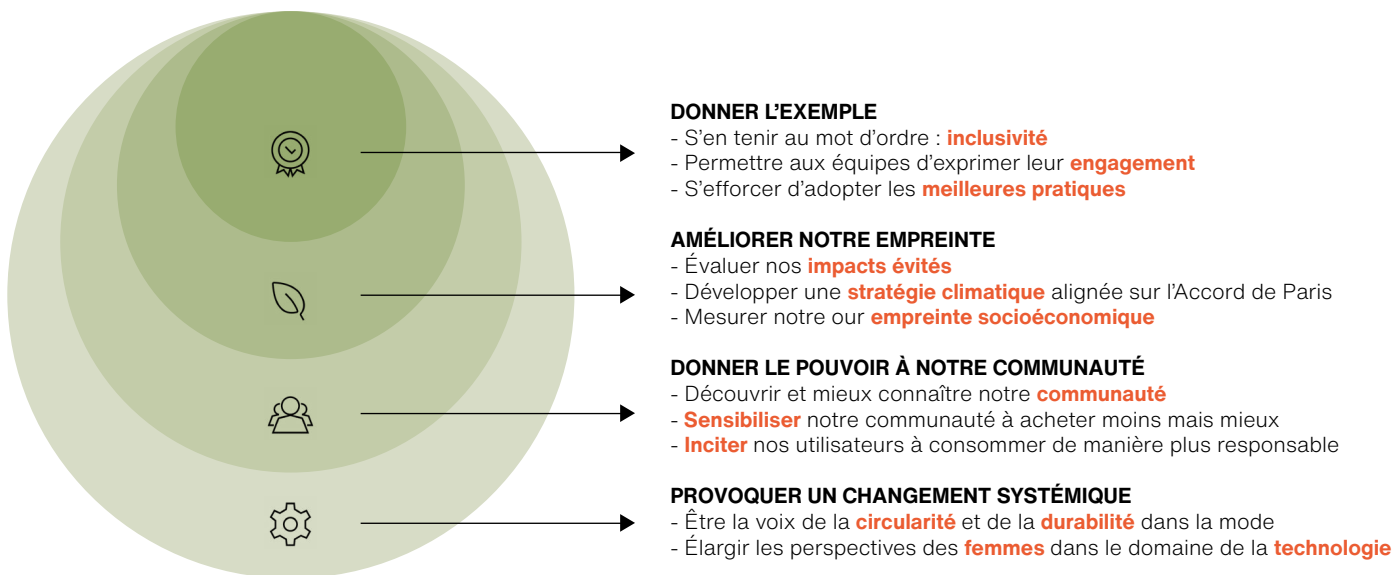
Guidé par notre ambition de promouvoir la circularité dans la mode, Vestiaire Collective a développé des partenariats de revente avec les marques de luxe les plus prestigieuses, comme Chloé, Gucci, Paco Rabanne, ou encore Courrèges. Nous allons poursuivre sur cette lancée afin de rallier davantage de partenaires à notre cause et d'encourager la transformation de l'industrie de la mode pour un avenir plus durable.

2. Notre stratégie Impact

Notre mission est de transformer l'industrie de la mode pour un avenir plus durable en donnant à notre communauté les moyens de conduire le changement.

Bien sûr, pour cela nous avons besoin d'une stratégie adéquate.

Notre stratégie Impact repose sur **quatre piliers** basés sur nos principaux enjeux sociaux, environnementaux et sociétaux.



Dounia Wone - Chief Impact Officer:

“Le modèle d'affaires de Vestiaire Collective est unique. Notre travail au sein de l'équipe Impact est de continuer à nous challenger pour améliorer et maximiser nos impacts positifs, afin de faire progresser plus rapidement la transition de l'industrie.”

Donner l'exemple

Qu'il soit question d'équité et de diversité, de pratiques commerciales responsables ou de l'engagement des collaborateurs, nous souhaitons être un employeur de choix.

S'en tenir au mot d'ordre : inclusivité

L'industrie de la mode est loin d'être irréprochable sur le plan social et comporte des environnements de travail parmi les plus stressants. En ce qui nous concerne, nous accordons une importance capitale à l'inclusivité, dès l'étape du recrutement. Nos collaborateurs sont la clé de notre réussite, et nous avons à cœur de les faire se sentir valorisés. Ainsi, nous mettons tout en œuvre pour que chacun puisse développer son potentiel en contribuant à notre mission globale.

Permettre aux équipes d'exprimer leur activisme

L'activisme est l'une des cinq valeurs d'entreprise de Vestiaire Collective. Nous croyons qu'il faut donner à nos équipes les moyens d'exprimer leurs passions pour faire la différence. Pour ce faire, nous avons mis en place plusieurs initiatives, dont la création de cinq groupes de travail volontaires DÉI (diversité, équité et inclusion). Ces groupes abordent différentes problématiques, toujours dans le but d'améliorer l'expérience des collaborateurs au sein de Vestiaire Collective. En plus, nous accordons à chaque membre de l'équipe 15 heures qu'ils peuvent consacrer aux œuvres caritatives de leur choix.

S'efforcer d'adopter les meilleures pratiques

Nous avons toujours été des pionniers, et nous avons été la première plateforme de revente de mode à obtenir la certification B Corp. Pour y parvenir, nous avons procédé à une évaluation approfondie de nos pratiques et pris des mesures concrètes, comme l'extension des avantages sociaux français à nos équipes internationales. En septembre 2021, notre score B Corp était de 89,4 et nous nous engageons à améliorer ce score dans les années à venir.

Améliorer notre empreinte

Nous voulons être à l'avant-garde de la mesure de l'impact. En adoptant des méthodologies innovantes et en tenant compte de tous les types d'impacts, nous ouvrons la voie vers un avenir meilleur.

Évaluer nos impacts évités

Un article de mode acheté sur Vestiaire Collective a un coût environnemental 90% inférieur à l'achat du même article neuf. Notre objectif est de mieux comprendre et d'améliorer continuellement les bénéfices que nous apportons à l'industrie de la mode.

Développer une stratégie climatique alignée sur l'Accord de Paris

Notre stratégie climatique est simple : réduire nos émissions de carbone tout en maximisant celles que nous évitons au sein de l'industrie de la mode. La bonne nouvelle est que nos émissions évitées ont déjà dépassé celles que nous générons. Nous aspirons désormais à aligner notre trajectoire de réduction sur l'Accord de Paris.

Mesurer notre empreinte socio-économique

La mesure de l'impact social est encore un travail en développement pour les organisations. De notre côté, nous avons mené notre première étude sur la diversité et l'inclusion au sein de notre entreprise en 2021. Cela nous a amenés à évaluer la qualité de nos salaires, notre contribution à l'emploi local, l'impact sur la diversité que nous créons et de notre empreinte économique, qui prend en compte les impôts et les dépenses des fournisseurs.

Donner le pouvoir à notre communauté

Vestiaire Collective s'engage à transformer l'industrie de la mode pour un avenir plus durable. En joignant nos forces à celles de notre communauté, nous souhaitons provoquer un changement des modes de consommation de la mode.

Découvrir et mieux connaître notre communauté

De qui se constitue notre communauté ? Nous menons régulièrement des enquêtes auprès de nos consommateurs de sorte à comprendre qui ils sont, quelles sont leurs habitudes de consommation et pourquoi ils ont choisi Vestiaire Collective.

Sensibiliser notre communauté à acheter moins mais mieux

Le réchauffement climatique et l'impact environnemental de la mode sont des thématiques qui nous tiennent particulièrement à cœur et pour lesquelles nous prenons nos responsabilités. Notre dernière enquête auprès de nos consommateurs a révélé que 82% des achats réalisés sur Vestiaire Collective permettent de remplacer l'achat d'un article neuf. Nous développons également un contenu éducatif inspirant pour aider notre communauté à comprendre l'impact de ses choix d'achat. Nous espérons qu'armés des bonnes informations, ils adopteront des comportements plus responsables et achèteront moins, mais mieux.

Inciter nos utilisateurs à consommer de manière plus responsable

Au cours des dernières années, nous avons développé des fonctionnalités pour aider notre communauté à faire des choix plus responsables sur notre plateforme. En 2021, nous avons créé une fonctionnalité permettant à nos utilisateurs de repérer les opportunités de réduire les kilomètres parcourus par un article, à l'aide du filtre de localisation et à l'option d'envoi direct. Nous avons également lancé notre badge "Fashion Activist", qui récompense nos utilisateurs qui sont à la fois vendeurs et acheteurs, car nous pensons qu'ils sont les pionniers des nouvelles habitudes de consommation.

Provoquer un changement systémique

Nous sommes là pour faire changer les choses. Nous sommes déterminés à acquérir une place de leader dans les domaines de la mode et de la technologie. Notre objectif : inciter les consommateurs, les marques et l'industrie à façonner un avenir plus durable.

Être la voix de la circularité et de la durabilité dans la mode

Le fait est que nous ne pouvons pas transformer la mode à nous seuls. Nous avons une équipe entièrement dédiée au développement de services innovants et à fort impact pour les marques, afin qu'elles nous rejoignent dans le mouvement de la mode circulaire. Nous appelons cette initiative Resale as a Service (ou RaaS).

Nous luttons contre le gaspillage de la mode et pour l'émergence d'un nouveau système de mode circulaire. C'est pourquoi nous avons décidé l'année dernière de bannir les marques de fast fashion de notre plateforme.

Nous participons également à de nombreux groupes de travail du secteur afin de publier des données en toute transparence. Il est essentiel que le secteur de la revente devienne plus visible et fasse pression pour obtenir un soutien public. Nous sommes déterminés à faire de la circularité la norme.

Élargir les perspectives des femmes dans le domaine de la technologie

En tant que plateforme de revente fondée par deux femmes, il est de notre devoir de porter la voix des femmes dans le secteur technologique.

Nous prenons un certain nombre d'initiatives à cette fin. L'année dernière, nous avons signé le Pacte Parité de French Tech, dont l'objectif est de promouvoir durablement l'égalité entre les femmes et les hommes dans l'écosystème français des start-up. Pour aller plus loin, nous avons l'intention d'établir des partenariats avec davantage d'organisations et de participer à des événements et des forums dédiés qui soutiennent la cause de la représentation des femmes dans la tech.

3. Analyse des risques et opportunités

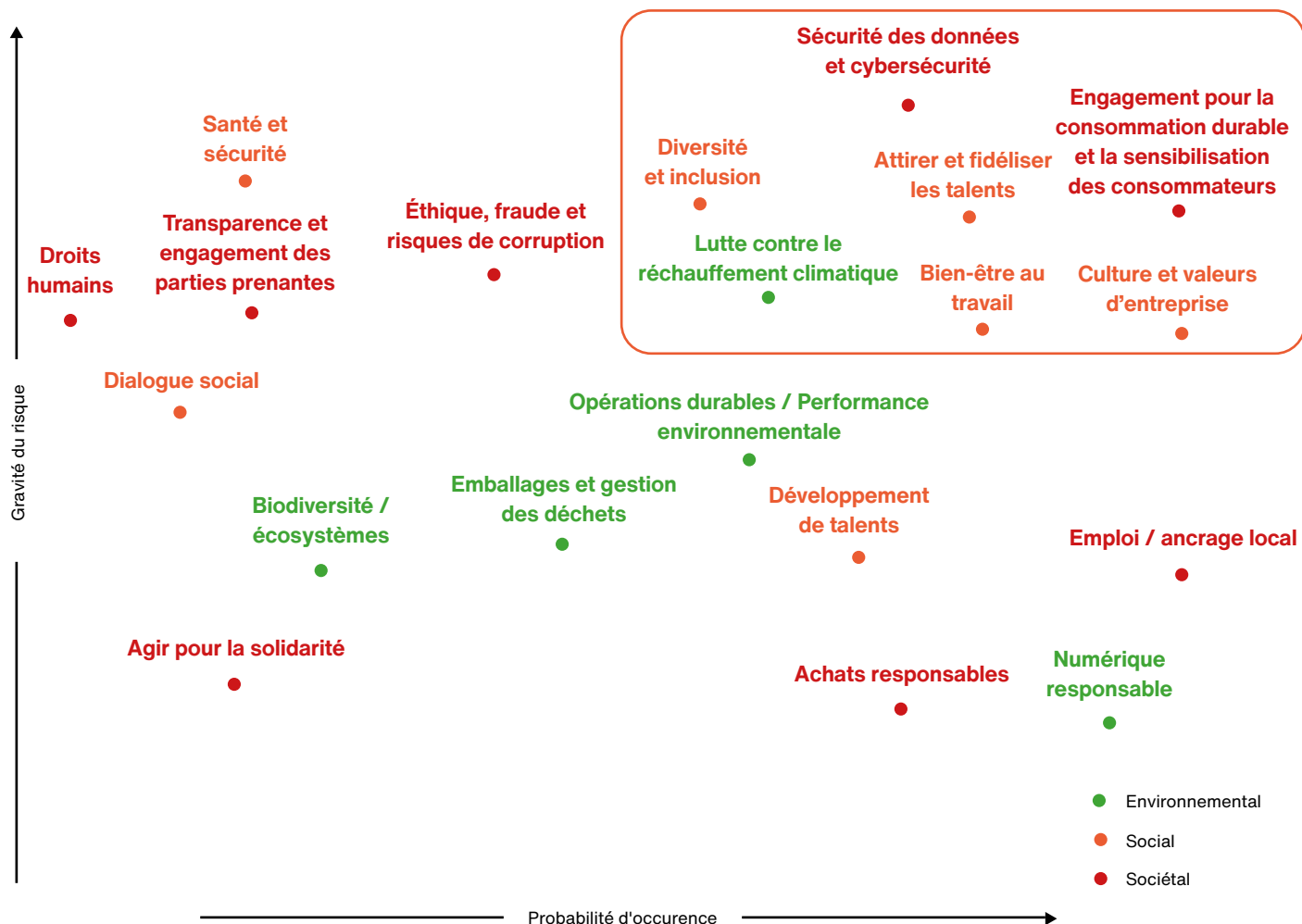
Méthodologie d'évaluation

Pour accomplir notre mission, qui est de transformer l'industrie de la mode pour un avenir durable, il est essentiel de connaître les risques auxquels nous devons faire face et les opportunités potentielles que nous pouvons saisir.

En 2022, dans le cadre de notre processus global de gestion des risques, nous avons attentivement évalué nos risques environnementaux, sociaux et sociétaux ainsi que leur impact potentiel sur Vestiaire Collective dans les trois prochaines années. Nous avons analysé les types de risques auxquels nous devons être vigilants, qu'il s'agisse de risques liés à la réputation, de risques opérationnels, financiers ou stratégiques. Nous avons également examiné la gravité potentielle de l'impact. Nous avons dressé une liste de 21 enjeux potentiels sur la base d'une analyse comparative des entreprises des secteurs de la mode, du e-commerce et de la technologie. Cette liste était composée de 18 risques et 3 opportunités à prendre en considération.

Nous avons ensuite évalué la probabilité d'occurrence et la gravité de l'impact pour chacun des enjeux potentiels identifiés. Parmi ces 21 enjeux, 7 ont été retenus comme prioritaires.. 17 membres du Comité Exécutif, de nos VP et des directeurs de nos trois principales régions (EMEA, US, APAC) ainsi que des parties prenantes externes (partenaires, investisseurs et organisations caritatives) ont été impliqués dans cette évaluation des risques.

Les résultats, illustrés ci-dessous, ont été présentés au Comité Exécutif en novembre 2022 pour validation, ce qui nous a permis de mettre en place un plan d'action en conséquence.



Nos principaux risques et opportunités en matière environnementale, sociale et sociétale

Le tableau ci-dessous présente les sept enjeux identifiés comme prioritaires pour Vestiaire Collective : cinq risques et deux opportunités. Ces sept enjeux constituent la base de notre déclaration de performance extra-financière. Dans la suite du rapport sont présentés les politiques et procédures, les diligences et les indicateurs clés de performance mis en œuvre au regard de ces enjeux.

Ces enjeux ont été mis en correspondance avec les Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations Unies. Internationalement reconnus, les ODD portent l'ambition de transformer notre monde en éradiquant la pauvreté et les inégalités en assurant sa transition écologique et solidaire à l'horizon 2030.

Risque	Description	ODD
Culture et valeurs d'entreprise	Risque de dilution de notre culture et nos valeurs d'entreprise dans le contexte de notre croissance rapide, de réorganisations et de l'acquisition de sociétés comme Tradesy.	ODD 3 Bonne santé et bien-être ODD 8 Travail décent et croissance économique
Attirer et fidéliser les talents	Risque d'incapacité à attirer les meilleurs talents et compétences ou de ne pas être en mesure de les fidéliser. Le marché du travail est très compétitif, et les entreprises en pleine croissance comme Vestiaire Collective ont généralement un taux de rotation des employés élevé.	
Bien-être au travail	Il se peut que nos employés perdent leur motivation, soient absents ou démissionnent. Cela peut être dû à un manque d'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, de ressources, de soutien, de solidarité, de sentiment d'appartenance ou à des pratiques managériales inappropriées.	
Diversité, équité et inclusion	Vestiaire Collective est une entreprise multiculturelle à croissance rapide, présente sur tous les continents. Nous devons donc faire face à des enjeux liés à la diversité, à l'équité et à l'inclusion dans notre processus de recrutement et dans le développement des carrières.	ODD 5 Égalité entre les sexes ODD 10 Réduire les inégalités
Sécurité des données et cybersécurité	En tant que plateforme numérique, dans un contexte de cyberattaques croissantes au niveau mondial, il existe des risques liés à la protection des données personnelles des clients et à l'indisponibilité temporaire ou prolongée de nos systèmes. En plus de l'impact opérationnel, un tel risque pourrait endommager significativement notre réputation.	-

Opportunités	Description	ODD
Engagement en faveur d'une consommation durable	Opportunité pour Vestiaire Collective de démontrer les avantages de la seconde main et ainsi d'attirer davantage de consommateurs, d'amener des marques de première main dans le mouvement circulaire et de plaider pour un soutien politique en faveur de la vente d'occasion.	ODD 12 Consommation et production durables
Lutte contre le réchauffement climatique	Aujourd'hui, le changement climatique est l'un des principaux défis à l'échelle internationale. Grâce à son modèle d'affaire circulaire, Vestiaire Collective joue un rôle clé dans la lutte contre le réchauffement climatique, en contribuant à éviter les émissions par rapport à l'achat de produits neufs.	ODD 13 Lutte contre les changements climatiques

4. Stratégie et performance extra-financière

Dans cette section, nous présentons les politiques, les procédures et les mesures que nous avons mises en œuvre pour atténuer les risques et renforcer les opportunités que nous avons identifiées dans le cadre de l'évaluation des risques.

Risques

4.1 Culture et valeurs d'entreprise

Risque

Risque de dilution de notre culture et nos valeurs d'entreprise dans le contexte de notre croissance rapide, de réorganisations et de l'acquisition de sociétés comme Tradesy.

Enjeu

Il est primordial pour nous de préserver et renforcer notre culture d'entreprise.

Avec des bureaux et centres d'authentification partout dans le monde, Vestiaire Collective est une entreprise internationale. Il est donc particulièrement important d'installer la même culture d'entreprise et les mêmes valeurs aux collaborateurs où qu'ils soient basés. Cela renforce la cohésion des équipes et accroît le sentiment d'appartenance, éléments qui participent, selon nous, à une meilleure productivité et efficacité.

Stratégie et politiques

Notre culture d'entreprise s'inspire de notre mission : **transformer l'industrie de la mode pour un avenir plus durable en donnant à notre communauté les moyens de conduire le changement.**

Les individus étant au cœur de notre organisation, nous mettons tout en place pour promouvoir un esprit collaboratif et diffuser nos cinq valeurs : engagement, dévouement, excellence, transparence et communauté. Ces valeurs sont également intégrées aux objectifs individuels des employés et au processus de revue de la performance, ce qui nous permet de travailler en collaboration pour atteindre notre objectif commun : transformer l'industrie de la mode.

Initiatives et résultats

Nos collaborateurs sont notre plus grand atout : ils sont le pouls de notre organisation. Pour témoigner de l'importance que nous accordons à nos collaborateurs, Vestiaire Collective a décidé de rendre chaque collaborateur actionnaire en 2023. De cette manière, nous favorisons une culture de propriété partagée, de collaboration et de travail d'équipe.

Nos valeurs et notre culture d'entreprise sont toujours au centre de nos préoccupations. Chaque jour, nous nous efforçons de soutenir le travail d'équipe et l'excellence en nous appuyant sur nos 'Vestiaire Attitudes', qui sont la traduction de nos valeurs en actions quotidiennes. De plus, nous mettons nos valeurs en action dans nos revues de performance : avec notre processus d'évaluation à 360 degrés, nous évaluons nos actions à l'aune de nos valeurs d'entreprise. Nous récompensons également les collaborateurs qui incarnent le mieux nos valeurs.

Nous avons aussi créé un Conseil de la culture d'entreprise composé de représentants de différents services. Ces derniers se réunissent chaque mois pour discuter des questions liées à nos valeurs pour les affiner et les renforcer.

La transparence est essentielle. Les collaborateurs sont encouragés à s'exprimer honnêtement grâce à des enquêtes de satisfaction des employés régulières et des sessions de questions-réponses.

Nous saisissons chaque occasion pour célébrer et rassembler nos collaborateurs. Pour ce faire, nous organisons des réunions générales mensuelles (town halls), des événements à l'occasion de la semaine du développement durable, des fêtes de fin d'année, des hackathons et des conférences en collaboration avec nos groupes de travail volontaires DÉI (diversité, l'équité et l'inclusion).

L'activisme et l'engagement étant pour nous des valeurs fondamentales, nous offrons à nos collaborateurs la possibilité de faire du bénévolat auprès d'associations de leur choix. A ce titre, 77 opportunités de bénévolat ont été organisées en 2022.

Indicateurs clés de performance (KPI)

Nous encourageons nos collaborateurs à donner leur avis en participant à des enquêtes de satisfaction des employés. En juillet 2022, nous avons mis en place un nouvel outil pour faciliter ces enquêtes : Culture Amp. Depuis, nous avons réalisé deux enquêtes avec cet outil, une en juillet et la seconde en octobre 2022.

Les commentaires des collaborateurs sont extrêmement précieux, car ils nous permettent de comprendre ce qui fonctionne bien et ce que nous pouvons améliorer dans l'entreprise. C'est pourquoi l'un de nos objectifs pour 2022 était d'atteindre un taux de participation global à ces enquêtes de 70%, objectif que nous avons dépassé.

KPI	Unité	Valeur 2022
Taux de participation Culture amp	%	80%
Score d'engagement Culture amp	%	58%

4.2 Attirer et fidéliser les talents

Risque

Risque d'incapacité à attirer les meilleurs talents et compétences ou de ne pas être en mesure de les fidéliser. Le marché du travail est très compétitif, et les entreprises en pleine croissance comme Vestiaire Collective ont généralement un taux de rotation des employés élevé.

Enjeu

Nous devons attirer et fidéliser les meilleurs talents. Pour motiver nos collaborateurs à rester travailler chez nous, nous devons nous aussi nous assurer que chacun d'entre eux se sente valorisé et investi de notre mission globale.

Stratégie et politiques

Attraction des talents

Pour attirer les meilleurs talents, nous avons une politique d'attraction des talents visant à offrir une proposition de valeur forte et des avantages à nos employés. Nous devons également proposer à nos candidats une expérience de recrutement optimale.

Voici la liste des avantages dont nos collaborateurs bénéficient. Ces avantages sont adaptés aux marchés locaux, tout en étant alignés avec notre vision globale.

- Nous offrons un cadre dynamique et stimulant, avec des opportunités de développement de carrière ou de transition professionnelle soutenus par Vestiaire Collective.
- Nous plaçons nos collaborateurs au cœur de notre organisation. Depuis 2023, chacun d'entre eux a reçu des actions gratuites de Vestiaire Collective.
- Nous offrons un modèle de travail hybride. Nos collaborateurs bénéficient d'un jour par semaine de travail en distanciel, auquel s'ajoutent trois jours supplémentaires par mois.
- Où qu'ils se trouvent dans le monde, tous nos collaborateurs disposent d'au moins 20 jours de congés payés.
- Nos collaborateurs habitant à Paris bénéficient d'un réseau de crèches sponsorisé par Vestiaire Collective (20 places). Les crèches sont recommandées par notre partenaire Les petits chaperons rouges.
- Nous avons un partenariat avec Gymlib pour permettre à nos collaborateurs français de privilégier le sport et le bien-être.

Nous avons également adapté localement notre processus de recrutement et adaptons les directives globales aux spécificités locales du marché de l'emploi. Tous nos recruteurs sont formés à réduire les potentiels biais cognitifs lors des entretiens d'embauche. Nous voulons assurer un processus de recrutement juste dans les moindres détails. Chaque recrutement est donc approuvé par un comité de recrutement. Les décisions liées aux postes et aux salaires sont prises collectivement par le comité de recrutement.

Rétention des employés

Nous avons mis en place une approche à deux niveaux pour fidéliser nos talents. Premièrement, nous analysons les raisons pour lesquelles les collaborateurs décident de quitter l'entreprise. Ensuite, nous mettons en place des stratégies pour remédier aux problèmes identifiés.

1. Les causes des départs

Quand nos collaborateurs décident de quitter notre entreprise, nous cherchons à savoir pourquoi.

Nous analysons de près le taux de départs volontaires. De plus, nos enquêtes trimestrielles de satisfaction des employés nous permettent de mesurer le niveau de motivation de nos collaborateurs. On leur demande, par exemple, s'ils se voient encore travailler chez Vestiaire Collective dans deux ans.

À l'avenir, nous voulons établir des corrélations entre les départs volontaires, leurs causes et les résultats de nos enquêtes trimestrielles.

2. Motiver les collaborateurs

Nous souhaitons que nos collaborateurs se sentent investis et enthousiastes dans leur travail chez Vestiaire Collective. Pour ce faire, nous leur offrons des opportunités de carrière et renforçons les pratiques de management des équipes. Nous avons identifié que ce sont deux causes majeures des départs volontaires.

En 2022, nous avons amélioré notre processus d'évaluation de la performance (PPR). Nous voulons nous assurer de répondre aux attentes des collaborateurs en matière de développement et de carrière. Il est également primordial pour nous d'assurer des critères d'évaluation justes. Tous nos employés permanents sont éligibles à ce processus d'évaluation de la performance bi-annuel.

Nous encourageons également nos collaborateurs à donner et recevoir du feedback de manière régulière et constructive tout au long de l'année. Nous sommes convaincus que c'est essentiel, autant pour les collaborateurs que pour la réussite de notre entreprise. En recueillant les différents retours à 360° (des managers, managés et de nos pairs), nous réalisons une évaluation complète qui offre une vision globale et évite les biais subjectifs. Nos collaborateurs et nos managers sont tous formés à cette méthode. Enfin, nous calibrons les résultats des évaluations de performance avec l'opinion de différents managers pour garantir un résultat basé sur des points de vue multiples, et non celui d'une seule personne.

Initiatives et résultats

Attractivité et expérience candidat

Nous avons déployé plusieurs initiatives pour attirer les meilleurs talents. Nous offrons des salaires attractifs et réduisons les inégalités salariales en nous basant sur des critères de référence extérieurs. Nous avons aussi mis en place un processus de cooptation et récompensons les collaborateurs nous recommandant des talents.

Nous nous assurons que nos offres d'emploi bénéficient d'une forte visibilité. Ainsi, nous les publions non seulement sur notre portail, mais également sur des plateformes d'emploi telles que LinkedIn, Welcome to the Jungle, l'APEC, etc.

Il est essentiel de familiariser les étudiants et les jeunes diplômés avec nos valeurs et avec notre mission de transformer l'industrie de la mode. Pour ce faire, nous organisons et participons à des rencontres et des forums pour les étudiants. Nous avons entre autres organisé des formations data avec Jedha, nous avons accueilli des étudiants du Master X-HEC Entrepreneurs et participé au concours de start-up de l'École Centrale Paris Tech.

Pour attirer les candidats, nous publions régulièrement des vidéos "Mon job en une minute" sur LinkedIn, où nous décrivons le métier de nos collaborateurs de différentes équipes. Etant donné que recruter les meilleurs talents de la tech est important pour nous, nous avons aussi créé un blog Tech (Vestiaire Connected) pour partager notre expérience avec les technologies.

Enfin, pour offrir aux candidats une expérience de recrutement optimale, les candidats reçoivent toujours des réponses automatiques confirmant la bonne réception de leur candidature ainsi que dans l'éventualité où ils ne sont pas retenus pour le poste. Nous demandons également aux candidats de participer à des enquêtes de satisfaction afin d'améliorer notre processus de recrutement en continu.

Apprentissage et développement des compétences

La motivation des équipes tient en grande partie à leur développement et à leur épanouissement. L'apprentissage et le développement sont des facteurs clés dans la fidélisation des collaborateurs, c'est pourquoi nous avons mis en place les initiatives suivantes :

1. Cadre de développement de carrière

Nous avons cartographié les différents niveaux de responsabilité dans notre entreprise et formulé les attentes et les compétences attendues à chaque niveau. Les collaborateurs ont donc une vision claire des attentes à chaque niveau de responsabilité et peuvent identifier les compétences qu'ils doivent développer pour progresser dans leur carrière.

2. Stratégie et développement professionnel

Pour soutenir l'épanouissement de nos collaborateurs, nous avons défini une stratégie de développement des compétences. Nos employés ont accès à des parcours d'apprentissage et à des supports de formation. Comme nous recevons régulièrement des demandes de formation, nous avons défini des critères clairs afin de pouvoir répondre aux demandes en fonction du budget disponible.

En 2022, nous avons également lancé notre système de gestion de la formation (Skill Up). Cette plateforme permet aux collaborateurs d'accéder à plus de 9 000 modules de formation sur des sujets tels que le management, la diversité et l'inclusion, la productivité et le développement professionnel.

3. Mobilité interne

Afin de favoriser la mobilité interne, nous publions nos opportunités d'emploi en interne, afin de proposer à nos employés des opportunités pour développer leur carrière avec nous.

4. Formations managériales

Un leadership fort est un gage de réussite pour toute entreprise. Des actions concrètes ont été mises en œuvre pour améliorer notre leadership et nos compétences managériales. Nous avons mené des recherches (i) en externe, pour analyser les pratiques dans le secteur et (ii) en interne, pour identifier des pistes d'amélioration. Forts de cette vision d'ensemble, nous avons créé des formations pour nos managers, axées sur le développement des compétences en matière de feedbacks, de coaching, de définition d'objectifs individuels et de performance, ou de gestion de conversations difficiles. Nous avons aussi développé un programme spécifique pour les dirigeants, consacré aux questions de conformité, à la hiérarchisation des priorités, à la communication et la gestion des talents. Ces formations sont assurées par des collaborateurs en interne ou par des prestataires externes.

Des relations de travail constructives

En France, le CSE (comité social et économique) est une instance de représentation du personnel dans l'entreprise. Ses membres sont élus par les salariés. La mission principale du CSE est d'assurer un dialogue entre les collaborateurs et l'employeur en communiquant les demandes et les plaintes individuelles et collectives des salariés. De plus, le CSE s'assure que tous les collaborateurs ont accès aux données économiques de l'entreprise et sont consultés sur des décisions influençant leurs conditions de travail. Les membres du comité peuvent donner leur avis sur les décisions économiques et sociales de l'entreprise. Une autre mission du CSE est l'organisation des activités sociales et culturelles au sein de l'entreprise.

Composé de dix membres, le CSE actuel de Vestiaire Collective a été élu en 2019 pour une durée de quatre ans. Les procès-verbaux détaillés des rencontres mensuelles entre les managers et les membres du comité sont systématiquement partagés avec tous les collaborateurs.

La mise en place du travail à distance ainsi qu'une charte concernant le droit à la déconnexion et le droit de s'absenter en cas d'enfant malade sont des exemples de sujets qui ont été abordés par le CSE de Vestiaire Collective ces dernières années.

Indicateurs clés de performance (KPIs)

Le taux de départs volontaires est une mesure de la réduction de nos effectifs dues à des démissions ou à des ruptures avant la fin de la période d'essai à l'initiative de l'employé. C'est un indicateur clé de notre performance en termes de rétention de nos talents.

KPI	Unité	Valeur 2022
Taux de départs volontaires	%	14%

4.3 Bien-être au travail

Risque

Il se peut que nos employés perdent leur motivation, soient absents ou démissionnent. Cela peut être dû à un manque d'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, de ressources, de soutien, de solidarité, de sentiment d'appartenance ou à des pratiques managériales inappropriées.

Enjeu

Nous sommes convaincus que l'avenir de notre entreprise se trouve entre les mains de nos collaborateurs. Il est donc essentiel qu'ils se sentent valorisés et épanouis dans leur travail de manière à donner le meilleur d'eux-mêmes.

Stratégie et politiques

Étant donné combien l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée est crucial pour le bien-être de nos salariés, nous avons mis en place plusieurs actions concrètes :

- Nous avons formalisé des politiques sur le travail flexible et le droit à la déconnexion. Nous garantissons aussi à nos employés des périodes de repos et de vacances leur permettant de se détendre.
- Devenir parent est un événement important dans la vie des salariés. Nous voulons que nos employés devenus parents bénéficient d'une période de congé après la naissance ou l'adoption. Pour ce faire, nous avons mis en place le «Parental Act», qui accorde un minimum d'un mois de congé parental entièrement rémunéré. Ce programme est ouvert à tous les seconds parents, indépendamment de leur genre ou de leur statut.
- Nous avons amélioré les conditions du congé maternité chez Vestiaire Collective. Ainsi, nous offrons deux mois de congé avec maintien de salaire à toutes les employées éligibles dans les pays dont les systèmes sociaux n'offrent pas de meilleures conditions.
- Nous souhaitons également montrer notre solidarité à nos collaborateurs lors des événements familiaux comme les mariages ou les funérailles en leur offrant des jours de congé. Il s'agit d'une obligation légale en France, mais nous l'appliquons à nos collaborateurs dans le monde entier.

Un autre domaine qui nous tient particulièrement à cœur est le bien-être mental de nos équipes, d'autant plus que nous sommes une entreprise en pleine croissance et qui évolue rapidement. C'est pourquoi nous avons mis à leur disposition des espaces dédiés ainsi que des ressources pour prévenir les problèmes de santé mentale liés au travail ou, le cas échéant, de les accompagner pour résoudre des situations d'anxiété, de stress ou d'épuisement.

Initiatives et résultats

Donner la parole à nos employés : les enquêtes Culture amp

Le feedback de nos collaborateurs est non seulement bienvenu, mais il est encouragé. Il nous permet de mieux identifier ce qui fonctionne bien et ce qui doit être amélioré.

Un de nos objectifs d'entreprise de l'année 2022 a été de renforcer l'engagement des collaborateurs et leur satisfaction. Ainsi, en juillet 2022, nous avons lancé Culture amp, un nouvel outil global pour les enquêtes de satisfaction de nos employés. Nous avons fait évoluer notre processus de façon à réaliser des sondages trimestriels avec l'objectif ambitieux d'atteindre un taux de participation de 70%.

Mindful May, le mois de la santé mentale

La santé mentale et le bien être au travail profitent à tous : employés, employeurs et résultats financiers.

En mai 2022, dans le cadre du mois de la santé mentale, nous avons souhaité sensibiliser nos collaborateurs aux questions du bien-être mental au travail. Notre groupe de ressources volontaire sur le bien-être mental et l'accessibilité a organisé toute une série d'événements. Des conférences sur la neurodiversité et la gestion de l'anxiété, des exercices de respiration, une initiation à la méditation en pleine conscience, un atelier de créativité comme remède au stress – au total, 13 événements ont été organisés sur une période de deux semaines, en collaboration avec six partenaires externes : moka.care, The Breathe in Paris School, Le Paon, Cleach, La Maison Perchée et Disability:IN.

Suite à cela, nous avons introduit les mercredis matin sans réunions pour permettre à nos collaborateurs de prendre du temps pour se concentrer sur le travail. Nous sensibilisons aussi régulièrement nos équipes à faire attention au nombre de réunions auxquelles ils participent et à l'importance de trouver le bon équilibre entre le temps de production et le temps de réunion.

Nos nouveaux locaux à Paris conçus pour le bien-être

Fin 2021, nous avons inauguré les nouveaux locaux de notre siège parisien. Cet espace éco-conçu met à l'honneur le bien-être au travail. Son design répond au nouveau mode d'organisation en flex-office et s'accorde avec le modèle de travail hybride. Pour créer ce cadre de travail agréable pour nos collaborateurs, nous avons travaillé avec le bureau d'architecture français Les bâtisseurs. Le bâtiment comprend des espaces dédiés à des activités extra-professionnelles, comme des salles pour la méditation et la parentalité. Tout cela avec un seul objectif : mettre le design au service du bien-être de nos équipes.

Autres actions pour le bien-être

De nombreuses autres initiatives visant à améliorer le bien-être au travail ont été mises en œuvre au cours de l'année, parmi lesquelles des séances hebdomadaires de méditation et des ateliers de psychologie positive.

Chez Vestiaire Collective, nous sommes convaincus que l'activité physique participe au bien-être mental. C'est pourquoi, en décembre 2022, nous avons lancé un partenariat avec Gymlib pour offrir à nos collaborateurs des abonnements à la salle de sport. Gymlib est un réseau de plus de 4 000 salles de sport proposant plus de 300 activités différentes. De plus, nous encourageons nos collaborateurs à participer à des courses à pied, souvent associées à des opérations caritatives. Les employés travaillant dans nos bureaux parisiens bénéficient également de cours hebdomadaires de yoga.

Indicateurs clés de performance (KPIs)

Notre score d'engagement est calculé sur la base des réponses à notre enquête d'engagement à l'échelle de l'entreprise sur Culture amp. Le taux d'engagement 2022 est la moyenne des deux enquêtes organisées en juillet et octobre 2022. Le taux d'engagement est calculé comme la moyenne des personnes ayant répondu favorablement aux questions suivantes :

- Je suis fier de travailler pour Vestiaire Collective.
- Je me vois toujours travailler pour Vestiaire Collective dans deux ans.
- La raison principale pour laquelle j'ai choisi de travailler pour Vestiaire Collective est sa mission : « Transformer l'industrie de la mode pour un avenir plus durable ».
- Je recommanderais Vestiaire Collective comme une entreprise où il fait bon travailler.

KPI	Unité	Valeur 2022
Taux d'engagement Culture amp	%	58%

4.4 Diversité, équité et inclusion

Risque

Vestiaire Collective est une entreprise multiculturelle à croissance rapide, présente sur tous les continents. Nous devons donc faire face à des enjeux liés à la diversité, à l'équité et à l'inclusion dans notre processus de recrutement et dans le développement des carrières.

Enjeu

Nous souhaitons garantir l'égalité des chances pour nos employés, que ce soit dans le processus de recrutement ou dans leurs carrières chez nous.

Pour nous, la diversité c'est d'abord valoriser des perspectives différentes et nous assurer que nos équipes sont multiculturelles et représentatives de la société, que ce soit en termes d'âge, de genre, d'origine ethnique, d'orientation sexuelle, de croyance religieuse, d'éducation ou de handicap.

L'équité consiste à traiter nos collaborateurs de manière juste et égale, et ce de façon systématique. Il s'agit de permettre à tous les individus d'avoir les mêmes chances en ce qui concerne l'accessibilité, les opportunités et l'avancement de carrière. Il s'agit également d'éliminer les potentiels obstacles qui pourraient empêcher une personne de participer pleinement et équitablement à Vestiaire Collective. Enfin, l'inclusion vise à garantir que nos collaborateurs aient un sentiment d'appartenance et qu'ils puissent faire entendre leurs voix.

Stratégie et politiques

En premier lieu, nous tenons à garantir que chaque collaborateur possède les outils nécessaires pour identifier et reporter d'éventuels cas d'abus dont ils pourraient être témoins, que ce soit dans l'entreprise ou dans les relations avec les fournisseurs. Vestiaire Collective a donc mis en place une procédure d'alerte anonyme, ainsi que des politiques anti-discrimination et anti-harcèlement.

Notre ambition en matière de diversité, d'équité et d'inclusion (DÉI) est partie intégrante de notre stratégie Impact. Dans le cadre du premier pilier de notre stratégie Impact : « Donner l'exemple », nous avons pris trois engagements, détaillés ci-dessous.

1. S'en tenir au mot d'ordre : inclusivité

Dans un environnement professionnel multiculturel comme celui de Vestiaire Collective, nous mettons les actions de formation et de sensibilisation au cœur de notre engagement DÉI. Nos managers bénéficient de ressources pour appréhender la multiculturalité dans les processus de recrutement ainsi que dans la gestion des équipes multiculturelles.

Tous nos collaborateurs reçoivent les mêmes avantages pour les mêmes postes, indépendamment de leur genre, de leur situation géographique ou d'autres paramètres.

Nous ciblons tout particulièrement la question de la parité hommes-femmes. En tant qu'entreprise dans les domaines de la mode et de la technologie, et fondée par deux femmes, ce sujet est au cœur de notre culture d'entreprise. Ainsi, nous nous engageons à augmenter la proportion de femmes dans des postes à responsabilité de 32 % à 50 % d'ici 2026.

Nous nous engageons également à réduire l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes. Pour ce faire, nous mettons en œuvre différentes ressources : des moyens financiers, un coaching pour les femmes, des formations de nos managers et de nos recruteurs pour les sensibiliser à ces enjeux, en particulier en amont des cycles d'évaluation de la performance.

2. Permettre aux équipes d'exprimer leur activisme

L'activisme est une de nos valeurs d'entreprise et nous encourageons nos collaborateurs à soutenir les causes qui leur tiennent à cœur.

Nous avons donné à nos employés les moyens de créer cinq groupes de ressources autour des thématiques DÉI suivantes : l'émancipation des femmes, la parentalité chez Vestiaire, la diversité ethnique, l'accessibilité et le bien-être mental et la communauté LGBTQIA+. Ces groupes organisent régulièrement des événements tout au long de l'année – comme le mois de la femme en mars ou le mois des fiertés en juin – et c'est un moyen de sensibiliser et d'impliquer nos collaborateurs. De plus, ces groupes pilotent parfois des projets connexes et soulèvent des questions qui doivent être portées à l'attention du comité exécutif. Pour assurer une communication transversale et claire à 360°, nous avons une réunion mensuelle dédiée au comité DÉI (Diversité, Équité et Inclusion) à laquelle participent la Directrice de l'Impact et la Directrice des Ressources Humaines.

3. S'efforcer d'adopter les meilleures pratiques

Enfin, pour nous assurer que nous sommes alignés sur les meilleures pratiques, nous considérons le référentiel B Corp, non seulement comme label qui certifie les entreprises qui respectent des normes sociales et environnementales élevées, mais aussi comme un outil de management. Nous accordons une attention particulière aux sections consacrées aux employés et aux communautés, qui offrent des orientations sur divers sujets DÉI.

Initiatives et résultats

Chez Vestiaire Collective, la diversité, l'équité et l'inclusion sont des priorités absolues. En 2020, nous avons franchi une étape majeure en lançant notre première enquête qualitative interne dédiée aux questions de DÉI, avec un taux de participation de 70%. Récemment, afin de mesurer le sentiment d'appartenance de nos équipes dans notre entreprise, nous avons ajouté la question suivante à nos enquêtes trimestrielles Culture amp : « Je me sens à ma place chez Vestiaire Collective ». À l'avenir, nous inclurons des questions qualitatives sur l'équité et l'inclusion dans toutes nos enquêtes Culture amp. Nous nous concentrerons également sur la mesure annuelle des données démographiques.

Afin de déployer un plan d'action DÉI adapté, nous devons d'abord mesurer la perception qu'ont les employés de l'inclusion et de l'équité chez Vestiaire Collective.

Étant donné que notre entreprise a connu une forte croissance durant ces deux dernières années, nous avons réalisé un nouveau sondage DÉI en 2022, avec cette fois une participation de 50%. Un autre outil de mesure que nous utilisons est l'index français de l'égalité professionnelle qui comporte cinq indicateurs : l'écart de rémunération hommes-femmes, l'écart

de répartition des augmentations individuelles, l'écart de répartition des promotions, le nombre de salariées augmentées à leur retour de congé de maternité et la parité parmi les 10 plus hautes rémunérations. Nous voulons adapter ce cadre pour la totalité de nos collaborateurs partout dans le monde.

Ayant identifié un manque de connaissances en matière d'équité et d'inclusion, nous avons ensuite mis en place un programme de formation sur l'équité et l'inclusion à l'échelle de l'entreprise.

Pour garantir l'égalité des chances pour tous, nous devons également réduire les biais et la discrimination dans le processus de recrutement. Pour cela, nous avons adapté notre processus de recrutement de la manière suivante :

- Nous avons revu nos grilles d'évaluation des entretiens de manière à mettre l'accent sur des questions situationnelles, réduisant ainsi les biais..
- Nous sommes en train de déployer une formation pour tous les managers sur la manière de mener un entretien et de réduire les biais.
- Nous développons des postes en apprentissage pour offrir des opportunités à davantage d'étudiants et de jeunes.
- Nous participons à des événements comme Sistech ou Paris Data Ladies Meetup pour encourager plus de femmes à postuler à nos postes techniques.
- Nous disposons d'un canal Slack dédié afin que les employés puissent facilement voir les postes ouverts chez Vestiaire Collective.

Grâce à nos groupes de ressources volontaires, nous avons également obtenu de bons résultats en matière de DÉI :

- Le groupe sur la parentalité a négocié 20 places en crèche financées par l'entreprise pour nos employés basés à Paris. Les places sont accordées selon un processus rigoureux, basé sur des critères recommandés par notre partenaire sélectionné, Les Petits Chaperons Rouges.
- Le groupe sur l'émancipation des femmes a organisé trois sessions de coaching pour femmes avec notre partenaire Cleone. Chaque session a permis à 10 femmes d'être formées par un coach dédié pendant cinq séances d'une heure.
- Le groupe sur la diversité ethnique organise régulièrement des événements "How-to-Say" pour célébrer la gastronomie de différentes cultures.
- Le groupe sur l'accessibilité et le bien-être mental organise des événements de sensibilisation, ainsi que des ateliers de psychologie positive, de méditation et de yoga.

Nous souhaitons que d'autres entreprises du milieu de la tech participent à créer un monde plus équitable. Nous avons travaillé en étroite collaboration avec la French Tech pour définir et co-signer le [Pacte de parité French Tech](#).

Indicateurs clés de performance (KPI)

Plusieurs parcours de formation DÉI ont été déployés durant l'année 2022.

Tous nos managers, ainsi que les membres du comité exécutif, ont été invités à participer à une des deux formations obligatoires sur les principes DÉI :

- #1 Diversité et discrimination
- #2 Biais cognitifs et stéréotypes

De plus, une série d'ateliers et de formations a été proposée aux collaborateurs sur la base du volontariat :

- Introduction au management inclusif
 - 1. Développer la culture de l'inclusion, quelles approches managériales ?
 - 2. Prévenir le sexisme et les discriminations : le rôle du manager
- Divers ateliers :
 - Prévenir les biais racistes au travail
 - Assurer un cadre de travail inclusif pour les personnes LGBTQIA+
 - Assurer un cadre de travail inclusif pour les personnes en situation de handicap
 - Prévenir le sexisme et les violences sexistes au travail
 - Aider ses collègues à préserver leur santé mentale
 - Travailler dans un environnement multiculturel

Notre indicateur de performance est basé sur le taux de participation de nos managers à au moins une session de formation DÉI en 2022. Ce KPI reflète le pourcentage de managers qui ont désormais une bonne connaissance des principes fondamentaux de la diversité, de la discrimination, des préjugés et des stéréotypes.

KPI	Unité	Valeur 2022
Taux de participation des managers aux formations DÉI	%	66%

4.5 Sécurité des données et cybersécurité

Risque

En tant que plateforme numérique, dans un contexte de cyberattaques croissantes au niveau mondial, il existe des risques liés à la protection des données personnelles des clients et à l'indisponibilité temporaire ou prolongée de nos systèmes. En plus de l'impact opérationnel, un tel risque pourrait endommager significativement notre réputation.

Enjeu

Nous devons garantir la sécurité de nos systèmes d'information, ainsi que former nos collaborateurs aux risques de cybersécurité.

Stratégie et politiques

Pour remédier aux enjeux de sécurité des systèmes informatiques, Nous avons mis en place les politiques et processus suivants :

- Stratégie de sécurité de l'information : Elle démontre l'engagement de Vestiaire Collective envers les objectifs de sécurité de l'information. Elle fixe notamment les règles d'utilisation des données personnelles, afin de protéger l'intégrité et la disponibilité des données gérées par l'entreprise.
- Plan d'action en cas de cyberattaque : Il définit notre réponse en cas d'incident mettant en danger la sécurité de nos systèmes d'information. Il a été mis en place pour garantir une réponse rapide, efficace et méthodique en cas d'incident et une analyse du problème visant à améliorer la sécurité à l'avenir.
- Processus d'évaluation des risques de cybersécurité : Il s'agit d'une évaluation continue des risques liés aux actifs sensibles de l'entreprise. Cela nous permet d'évaluer et de hiérarchiser les risques pour les systèmes d'information et de sécurité. Cela nous aide également à identifier et à prioriser les axes d'amélioration de notre programme de cybersécurité.

Initiatives et résultats

Protection des données personnelles

Nous visons à réduire le risque de violations de données sur la plateforme Vestiaire Collective et à protéger les données de nos utilisateurs. Pour ce faire, nous avons mis en place un programme de chasse aux bugs en partenariat avec la plateforme Yogosha. Des centaines de chercheurs en sécurité testent nos applications et notre site web afin d'identifier et d'isoler toute vulnérabilité de sécurité.

Nous effectuons également des tests de sécurité automatisés en continu sur tous nos principaux actifs numériques. Des audits internes sont réalisés chaque trimestre et de manière ponctuelle par l'équipe de sécurité numérique pour détecter et prévenir les menaces pesant sur notre infrastructure.

Toutes ces initiatives de réduction des risques liées aux données personnelles nous permettent de détecter et de résoudre les vulnérabilités en temps opportun, avant qu'elles ne puissent être exploitées.

De plus, Vestiaire Collective a désigné un responsable de la protection des données et répond ainsi aux réglementations en vigueur sur la protection des données, dont le RGPD.

Sensibilisation et lutte contre la cybersécurité

Afin de sensibiliser nos équipes aux risques de cybersécurité, nous formons toutes nos nouvelles recrues aux principes de base de la sécurité informatique. Nous organisons également des "Tech Series" en interne, dans lesquels nous attirons l'attention de nos collaborateurs sur la protection contre les cybermenaces. De plus, nous menons régulièrement des campagnes de simulation d'hameçonnage.

Pour protéger nos systèmes contre les logiciels malveillants, les rançongiciels et les menaces avancées, nous utilisons l'authentification multifactorielle et des solutions puissantes de sécurité des terminaux. Nous travaillons en permanence à l'amélioration de la segmentation du réseau, ce qui nous permet d'éviter la propagation d'une cyberattaque.

Indicateur clé de performance (KPIs)

Nous suivons les indicateurs suivants en ce qui concerne la sécurité des données et les cyberattaques :

- Nombre de vulnérabilités corrigées au cours de l'année ;
- Délai de traitement des vulnérabilités, c'est-à-dire le temps moyen (en jours) pour remédier aux vulnérabilités.

N. B. : Ces indicateurs n'ont pas fait l'objet d'un audit par un organisme tiers indépendant cette année.

KPI (sans audit)	Unité	Valeur 2022
Nombre de vulnérabilités traitées	#	21
Délai de traitement des vulnérabilités	jours	96

Indicateur clé de performance (KPIs)

Nous suivons les indicateurs suivants en ce qui concerne la sécurité des données et les cyberattaques :

- Nombre de vulnérabilités corrigées au cours de l'année ;
- Délai de traitement des vulnérabilités, c'est-à-dire le temps moyen (en jours) pour remédier aux vulnérabilités.

N. B. : Ces indicateurs n'ont pas fait l'objet d'un audit par un organisme tiers indépendant cette année.

Opportunités

4.6 Engagement en faveur d'une consommation durable

Opportunité

L'industrie de la mode a considérablement changé sous l'influence de la fast fashion. Les consommateurs achètent à moindre coût des vêtements qu'ils portent moins souvent. En seulement quinze ans, la production d'articles de mode a doublé, mais leur utilisation, c'est-à-dire le nombre de fois qu'un article est porté avant d'être jeté, a diminué de 36% (source : Fondation Ellen MacArthur, A New Textiles Economy, 2017).

Il y a donc une réelle opportunité pour Vestiaire Collective de démontrer les avantages de la seconde main et ainsi d'attirer davantage de consommateurs, d'amener des marques de première main dans le mouvement circulaire et de plaider pour un soutien politique en faveur de la vente d'occasion.

Enjeu

Nous devons être en mesure de démontrer les avantages de l'achat d'occasion et d'inciter à la fois les consommateurs et les marques à rejoindre le mouvement de la seconde main. Nous devons également militer en faveur d'un soutien politique envers la consommation responsable avérée.

Stratégies et politiques

Notre engagement en faveur d'une consommation responsable est inscrit dans le troisième pilier de notre stratégie d'impact : Donner le pouvoir à notre communauté.

D'un côté, nous travaillons évidemment pour améliorer notre impact environnemental et social. D'un autre côté, étant donné que certains impacts ne dépendent pas directement de l'entreprise mais du comportement des utilisateurs, notre objectif est de faire en sorte que l'adoption d'habitudes de consommation responsable soit facilitée pour nos consommateurs. Nous avons donc développé des outils pour le permettre. En parallèle, nous sensibilisons nos utilisateurs aux questions environnementales et sociales grâce à une stratégie marketing ambitieuse.

Notre combat contre la fast fashion

Vestiaire Collective est né du constat que trop de vêtements dormaient dans les placards, ou pire encore, se retrouvaient dans les décharges. L'ambition de nos co-fondatrices était de résoudre ce problème de gaspillage et de sensibiliser la société sur la façon de consommer la mode. En 2020, cette ambition fondatrice a été réaffirmée à travers notre mission : transformer l'industrie de la mode pour un futur plus durable, en donnant concrètement à notre communauté les moyens pour le faire. En d'autres termes, en éloignant nos utilisateurs de la fast fashion et en les aidant à investir dans des vêtements et des accessoires

durables et de meilleure qualité, qui pourront avoir une deuxième vie, voire plus encore.

Plus tard, en 2022, nous avons élaboré une stratégie globale pour lutter contre la fast fashion à tous les niveaux, à travers trois piliers d'action : s'engager, éduquer, militer.

- **S'engager** : Nous avons pris une position ferme contre ce système en interdisant les marques de fast fashion sur notre plateforme.
- **Éduquer** : L'objectif de l'interdiction de la fast fashion est d'éduquer et d'inspirer notre communauté (et les consommateurs en général) à s'éloigner progressivement de la fast fashion. De notre côté, nous pouvons les guider dans cette démarche et leur proposer des alternatives. C'est pourquoi nous avons choisi le Black Friday, symbole ultime de la surconsommation, pour faire cette annonce. Chaque année, lors du Black Friday, nous continuerons à mener notre campagne « Dites non à la fast fashion » ou « Better Friday ».
- **Militer** : Un autre moyen de lutter contre la fast fashion est de plaider en faveur d'une réglementation plus stricte pour les marques de mode. Nous avons identifié trois réglementations principales en France et dans l'Union Européenne, actuellement en cours de discussion au niveau français et européen :
 - La loi sur le devoir de vigilance : pour que les producteurs de fast fashion soient tenus responsables de leurs chaînes d'approvisionnement, en amont et en aval.
 - L'étiquetage environnemental : afin de s'assurer qu'il reflète fidèlement la durabilité des vêtements, non seulement d'un point de vue physique, mais également d'un point de vue émotionnel.
 - La responsabilité élargie du producteur (REP) : pour améliorer le système français de collecte, de tri et de recyclage des vêtements et des textiles et l'étendre à tous les États membres de l'UE.

Notre rapport d'impact

Le modèle d'affaire de Vestiaire Collective est basé sur la circularité. Dans le but de sensibiliser nos utilisateurs à ce sujet, en 2021, nous avons commencé à travailler sur notre premier rapport d'impact.

Dans ce premier rapport d'impact, nous avons analysé en profondeur le comportement de nos utilisateurs, notre empreinte environnementale ainsi que nos impacts évités. La deuxième année, nous avons également intégré l'impact socio-économique, afin d'avoir une vision plus globale de l'impact de Vestiaire Collective sur la planète et la société.

En publiant un rapport d'impact annuel, nous voulons communiquer de manière transparente avec notre communauté d'utilisateurs, les sensibiliser aux impacts de leurs consommations et leur démontrer qu'acheter et vendre sur Vestiaire Collective permet de réduire leur impact environnemental par rapport à un achat neuf.

Initiatives et résultats

Découvrir et mieux connaître notre communauté

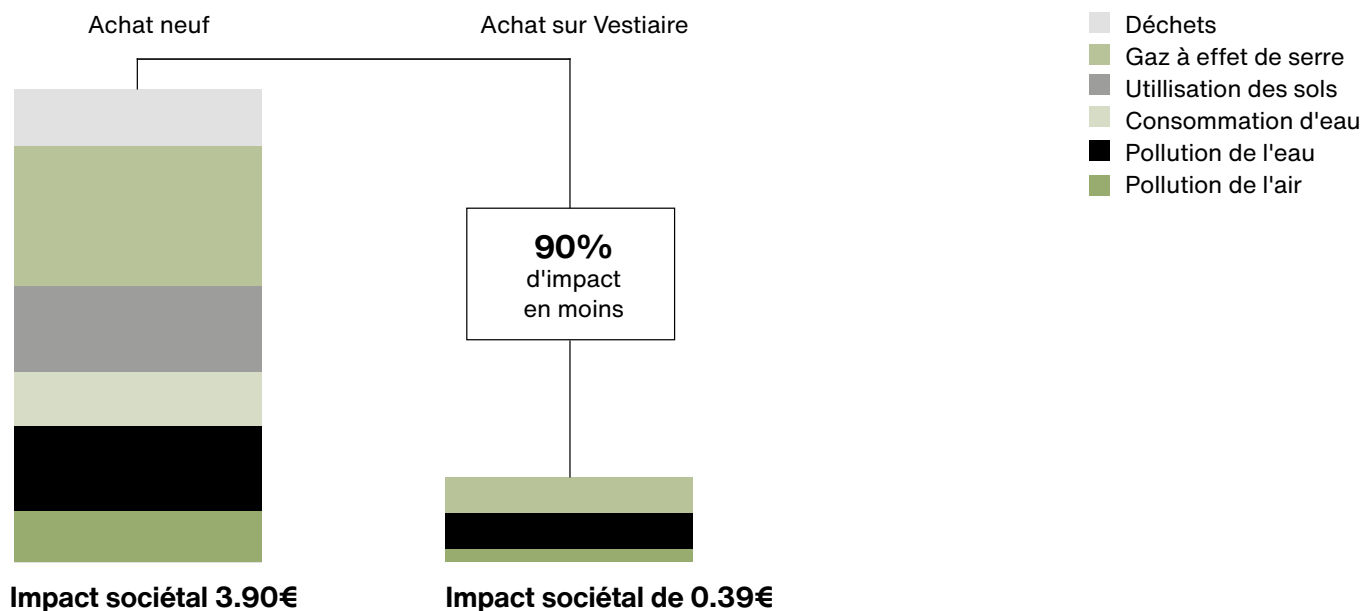
Dans le cadre de notre rapport d'impact, nous avons réalisé une enquête sur un échantillon de plus de 3 500 utilisateurs, afin de savoir qui ils sont, quelles sont leurs habitudes de consommation et ce qui les motive à acheter ou à revendre des articles sur notre plateforme. Voici les réponses que nous avons obtenues.

Un taux de substitution de 82%

En utilisant Vestiaire Collective, les clients évitent souvent l'impact environnemental associé aux modèles d'achat traditionnels, en remplaçant un achat de première main par un achat de seconde main. Le taux de substitution reflète le taux auquel l'achat d'un article d'occasion remplace l'achat d'un article neuf. Notre dernière enquête consommateur, menée en 2022, a révélé que 82% des achats effectués sur Vestiaire Collective ont permis de remplacer l'achat d'un article neuf.

90% de coûts environnementaux en moins

Nous avons monétisé l'impact environnemental de l'achat d'articles d'occasion par rapport à l'achat d'articles neufs. En 2022, nous avons démontré qu'acheter un article de mode sur Vestiaire Collective permet d'économiser 90% du coût environnemental d'un article neuf. Notre méthode de monétisation prend en compte la pollution de l'air, les émissions de gaz à effet de serre, l'utilisation des terres, les déchets, la consommation d'eau et la pollution de l'eau.



Impacts environnementaux de l'achat d'un article neuf comparé à l'achat d'un article sur Vestiaire Collective

Rendre le luxe accessible

Notre plateforme ouvre les portes du luxe à des consommateurs qui n'ont pas nécessairement les moyens d'y accéder autrement. Notre enquête auprès de notre communauté a montré que 80% de nos utilisateurs considèrent que Vestiaire Collective leur permet d'investir dans des articles de meilleure qualité.

Inciter nos utilisateurs à consommer de manière plus responsable

Acheter localement

Bien que les activités Vestiaire Collective soient déployées à l'échelle mondiale, nous encourageons fortement les achats locaux. Au cours des dernières années, nous avons développé des fonctionnalités pour inciter notre communauté à acheter de manière responsable et locale. Par exemple, en 2021, nous avons créé une fonctionnalité qui permet de mettre en avant les transactions locales, identifiables par un logo avec une feuille verte, afin de limiter les envois internationaux.

Nous avons également introduit le service d'expédition directe, permettant aux utilisateurs d'expédier leurs articles directement aux acheteurs, sans passer par un centre d'authentification de Vestiaire Collective. Cela permet de réduire non seulement le délai d'expédition, mais également l'impact environnemental de la transaction.

Enfin, grâce à nos cinq hubs logistiques à travers le monde (France, Royaume-Uni, États-Unis, Hong Kong et Corée du Sud), nous sommes désormais en mesure de prioriser et de promouvoir les transactions et les initiatives locales dans chacune de nos régions clés.

À l'heure actuelle, la part des transactions locales dans la région EMEA est de 98% (c'est-à-dire la part des articles pour lesquels le vendeur et l'acheteur se trouvent tous les deux en EMEA), car il s'agit de notre marché historique et le plus mature. Nous avons une grande communauté d'acheteurs et de vendeurs dans cette zone. Dans les régions AMS et APAC, nos niveaux de transactions locales sont plus faibles, car les activités de Vestiaire Collective ont été développées plus récemment dans ces régions.

Éduquer notre communauté

Nous en sommes convaincus : la connaissance est une force. C'est pourquoi nous nous engageons à éduquer notre communauté en partageant des contenus éducatifs sur la consommation responsable. En 2020, nous avons collaboré avec Steamery Stockholm pour créer un guide d'entretien durable pour les vêtements. Il offre à nos utilisateurs des conseils pour prendre soin de leurs vêtements et de la planète. Deux ans plus tard, en 2022, nous avons publié une série de publications à visée éducative sur les réseaux sociaux : « Comment construire une garde-robe durable ». Elle incluait notamment des conseils pour acheter de manière plus responsable ainsi que des informations sur les matériaux durables et de qualité à privilégier.

Il y a quelques années, nous avons également mis en place le badge "Fashion Activist", qui récompense nos membres qui sont à la fois acheteurs et vendeurs, car nous considérons qu'ils sont à l'avant-garde des nouvelles habitudes de consommation.

Non à la fast fashion

Entre septembre et novembre 2022, nous avons identifié et supprimé 27 marques de notre plateforme. La décision a été prise sur la base d'une liste de critères (par exemple : prix bas, qualité médiocre, mauvaise image de marque, surproduction de masse, etc.) que nous avons élaborée avec notre équipe commerciale et notre équipe de curation. Pour cette première année, nous avons commencé par bannir l'ultra fast fashion. Nous avons aussi créé du contenu sur les réseaux sociaux pour expliquer notre décision d'interdire la fast fashion de notre plateforme. Dans les deux années à venir, nous continuerons à bannir les marques de fast fashion de notre catalogue, en affinant les critères et en les validant avec des experts du secteur.

Pour sensibiliser et éduquer davantage les consommateurs, nous avons produit une vidéo qui illustre le problème des déchets textiles. Nous avons également créé du contenu sur les réseaux sociaux et donné la parole à l'organisation à but non lucratif avec laquelle nous avons collaboré : The Or Foundation.

En 2022, grâce à notre partenariat avec The Or Foundation, nous nous sommes concentrés sur la Responsabilité Élargie du Producteur (REP) et avons milité pour amplifier et étendre le système actuel de REP, par exemple en augmentant l'éco-taxe pour refléter de manière plus fidèle le coût réel de la gestion des déchets en fin de vie des produits.

Indicateurs clés de performance (KPIs)

En ce qui concerne la promotion de la consommation durable et la sensibilisation, nous mesurons deux indicateurs principaux :

- le remplacement des achats de première main par des achats de seconde main par notre communauté, mesuré par le taux de substitution
- la promotion des transactions locales, qui est reflétée par notre taux transactions locales, c'est-à-dire la part des transactions effectuées au sein de la même zone géographique (EMEA, US, APAC).

KPI	Unité	Valeur 2022
Taux de substitution	%	82% (vs. 70% en 2021)
Taux de transactions locales	%	87%

4.7 Lutte contre le réchauffement climatique

Opportunité

Aujourd'hui, le changement climatique est l'un des principaux défis à l'échelle internationale. En 2021, l'industrie de la mode et sa chaîne d'approvisionnement étaient à la troisième place du classement des industries les plus polluantes, responsables de 5% des émissions mondiales (source : Forum économique mondial, Net-Zero Challenge: The supply chain opportunity, 2021).

Grâce à son modèle d'affaire circulaire, Vestiaire Collective joue un rôle clé dans la lutte contre le réchauffement climatique, en contribuant à éviter les émissions par rapport à l'achat de produits neufs. Si nous voulons limiter le réchauffement mondial à 1,5 degré, il faudra que d'ici 2030, 1 vêtement sur 5 soit commercialisé par le biais de modèles d'affaires circulaires (source: Fashion on Climate, McKinsey & Company and Global Fashion Agenda, 2020).

Enjeu

Depuis sa création en 2009, le modèle d'affaires de Vestiaire Collective est dédié à augmenter la circularité des articles de mode existants. Cependant, la mise en œuvre d'une stratégie climatique ambitieuse et d'une feuille de route de réduction des émissions de carbone est essentielle pour Vestiaire Collective afin de rester fidèle à sa mission d'apporter des solutions pour transformer l'industrie de la mode. Par conséquent, notre stratégie climatique repose sur deux piliers : la réduction de notre intensité carbone et la maximisation de nos émissions évitées.

Stratégie et politiques

Réduire l'intensité carbone

Afin de réduire notre intensité carbone par article vendu, nous avons mis en place des actions visant à améliorer l'efficacité opérationnelle de notre système de transport et de notre logistique :

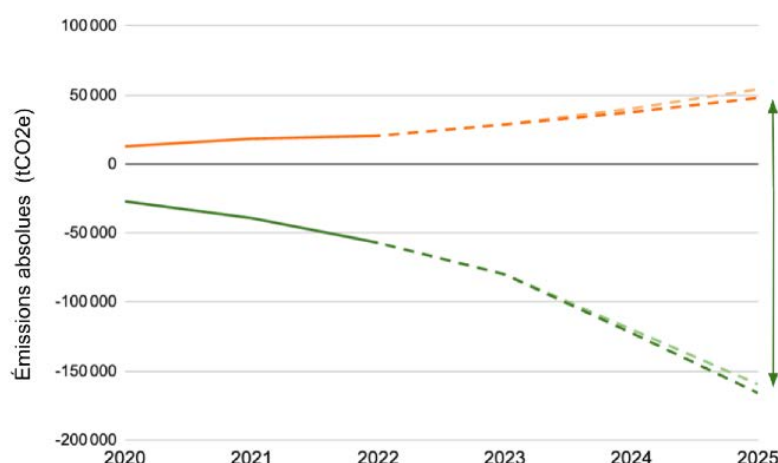
- En réduisant le recours au transport aérien et en privilégiant le transport routier.

- En favorisant les transactions locales et en développant des entrepôts locaux dans chacune de nos régions.
- En augmentant la part des transactions en envoi direct.
- En optimisant les emballages, via le choix de matériaux durables et en priorisant des fournisseurs locaux.

Pour aller encore plus loin, nous voulons également améliorer notre impact numérique (à la fois notre matériel informatique d'entreprise et notre plateforme) grâce à la mise en œuvre d'initiatives spécifiques, et collaborer avec nos fournisseurs dans le cadre d'une approche d'achats responsables.

Acheter moins, mais mieux : maximiser les émissions évitées

Notre deuxième pilier vise à maximiser nos émissions évitées par rapport à l'achat du neuf. Pour cela, il est essentiel de sensibiliser et d'éduquer nos millions de membres au sujet du réchauffement climatique. Pour ce faire, nous développons de nouvelles fonctionnalités sur notre plateforme et nous publions régulièrement des contenus éducatifs. Nous croyons que s'ils sont mieux informés de l'impact de leurs choix, nos utilisateurs seront encouragés à éviter davantage d'émissions en achetant moins mais mieux (et d'occasion).



Émissions absolues et émissions évitées de Vestiaire Collective : situation actuelle et projections

Initiatives et résultats

En 2020, afin de mieux comprendre les impacts environnementaux des activités de Vestiaire Collective, nous avons réalisé notre première analyse du cycle de vie (ACV), ainsi qu'une évaluation approfondie de notre empreinte carbone. Cette analyse prenait en compte les émissions directes et indirectes (scope 1, 2 et 3). En tant que plateforme de seconde main, nous ne produisons rien, notre impact est donc principalement lié aux émissions indirectes (scope 3), en particulier au transport des produits des vendeurs vers les acheteurs.

Vestiaire Collective évite également des émissions de GES en comparaison avec les achats de première main.

Les évaluations de l'empreinte carbone et des émissions évitées sont mises à jour chaque année, ce qui nous permet de suivre la progression de notre stratégie climat. De plus, nous nous sommes engagés auprès de l'initiative Science Based Targets (SBTi) et nous voulons soumettre un objectif de réduction de nos émissions de GES pour validation.

Enfin, l'année dernière, nous avons organisé notre premier hackathon sur le développement durable, réunissant des équipes pluridisciplinaires provenant des métiers Tech, BI, Produit, Business, Opérations et Supply. Un facilitateur de Spring Lab et d'autres experts externes ont également participé, consacrant une semaine entière à la réflexion autour de solutions sur les thèmes du carbone, de la durabilité et de la circularité.

Indicateurs clés de performance (KPIs)

Bilan carbone

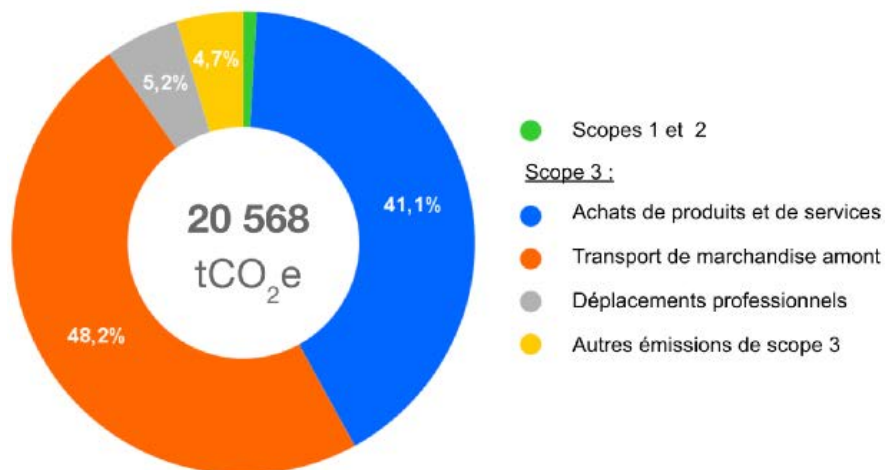
Pour mesurer l'empreinte carbone de Vestiaire Collective, nous nous sommes basés sur le GHG Protocol qui couvre les trois catégories d'émissions de GES d'une entreprise.

Ainsi, nos émissions scope 1 et 2 représentent seulement 1% de notre bilan carbone. Nos émissions scope 1 sont les émissions directes liées au chauffage (gaz naturel). Nos émissions scope 2 sont les émissions indirectes liées à l'approvisionnement en électricité et chauffage de nos bureaux et de nos entrepôts à travers le monde.

Nos émissions scope 3 représentent 99% de notre bilan carbone et correspondent aux émissions indirectes qui sont produites dans notre chaîne de valeur, en amont et en aval.

Cela inclut :

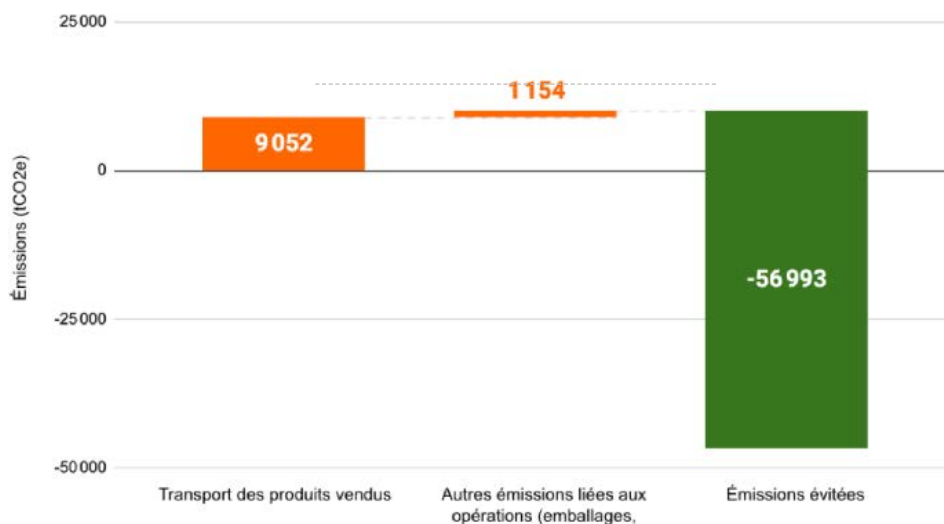
- Les achats de produits et de services
- Les biens immobilisés (bureaux et parc informatique)
- Les émissions liées à l'énergie non incluses dans les émissions scope 1 & 2
- Le transport de marchandises en amont et la distribution
- Les déchets générés
- Les déplacements professionnels et les trajets domicile-travail
- L'utilisation de notre plateforme



Bilan carbone de Vestiaire Collective en 2022

Émissions évitées

Nos émissions évitées sont la différence entre les émissions générées par les achats sur Vestiaire Collective et un scénario de référence dans lequel 82% des articles vendus sur notre plateforme seraient achetés neufs (cf. notre taux de substitution). En 2022, Vestiaire Collective a évité 57 ktCO₂e, soit 2,8 fois plus d'émissions que ce que nous avons générées, ce qui représente un bénéfice climatique net pour l'industrie de la mode.



Impact climatique net de Vestiaire Collective en 2022

KPI	Unité	Valeur 2022
Émissions de scope 1	tCO ₂ e	30
Émissions de scope 2 (méthode basée sur la localisation)	tCO ₂ e	160
Émissions de scope 3	tCO ₂ e	20 378
Émissions évitées	tCO ₂ e	56 993

5. Annexes

Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification de la déclaration consolidée de performance extra-financière

Vestiaire Collective

Exercice clos le 31 décembre 2022

A l'Assemblée Générale,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant (« tierce partie »), accrédité par le COFRAC (Accréditation COFRAC Inspection, n°3-1681, portée disponible sur www.cofrac.fr) et membre du réseau du commissaire aux comptes de votre société (ci-après « entité »), nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur la conformité de la déclaration consolidée de performance extra-financière, pour l'exercice clos le 31 décembre 2022 (ci-après la « Déclaration ») aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du Code de commerce et sur la sincérité des informations historiques (constatées ou extrapolées) fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225-105 du Code de commerce (ci-après les « Informations ») préparées selon les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel »), présentées dans le rapport de gestion en application des dispositions des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du Code de commerce.

Conclusion

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

Préparation de la déclaration de performance extra-financière

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

Par conséquent, les Informations doivent être lues et comprises en se référant au Référentiel dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration.

Limites inhérentes à la préparation des Informations

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

Responsabilité de l'entité

Il appartient au conseil d'administration :

- de sélectionner ou d'établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- d'établir une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance ;
- ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'il estime nécessaire à l'établissement des Informations ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

La Déclaration a été établie en appliquant le Référentiel de l'entité tel que mentionné ci-avant.

Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

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

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

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

Il ne nous appartient pas de nous prononcer sur :

- le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables (notamment en matière de plan de vigilance et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale) ;
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225-1 et suivants du Code de commerce, à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention tenant lieu de programme de vérification et à la norme internationale ISAE 3000 (révisée).

Indépendance et contrôle qualité

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

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de quatre personnes et se sont déroulés entre novembre 2022 et mai 2023 sur une durée totale d'intervention de quinze semaines.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Nous avons mené une dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration, représentant notamment la direction des ressources humaines (CPO), la direction « Sustainability & Inclusion », la direction technique (CTO), la direction « Talent Acquisition » et « Employee Engagement & Communications » et la direction opérationnelle et « Global Transportation » (COO).

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les Informations. Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée :

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;
- nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques et comprend, le cas échéant, une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2^e alinéa du III de l'article L. 225-102-1 ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques ;
- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
 - assess the process used to identify and confirm the principal risks as well as the consistency of the outcomes, including the key performance indicators used, with respect to the principal risks and the policies presented, and
 - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes présentées en Annexe 1. Pour certains risques (l'attraction et la rétention des talents, l'engagement pour une consommation durable et une prise de conscience de la société), nos travaux ont été réalisés au niveau de l'entité consolidante, pour les autres risques, des travaux ont été menés au niveau de l'entité consolidante et dans une sélection d'entités listées ci-après : Site de Tourcoing, Siège de Paris ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 ;
- nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants présentés en Annexe 1, nous avons mis en œuvre :

- des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
- des tests de détail sur la base de sondages ou d'autres moyens de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d'une sélection d'entités contributrices listées ci-dessus et couvrent entre 24% et 59% des données consolidées sélectionnées pour ces tests (59% des consommations d'énergie du Scope 2, 41% des émissions du Scope 3 affectables aux sites, 24% des émissions totales en tCO2e du Scope 2) ;
- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une mission d'assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une mission d'assurance raisonnable effectuée selon la doctrine professionnelle ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Paris-La Défense, le 1er juin 2023

L'organisme tiers indépendant
EY & Associés



Thomas Gault
Associé, Développement Durable

Annexe 1 : informations considérées comme les plus importantes

Informations sociales	
Informations quantitatives (incluant les indicateurs clé de performance)	Qualitative information (actions ou résultats)
<ul style="list-style-type: none"> - Taux d'attrition volontaire (%) - Taux de participation au questionnaire Culture Amp (%) - Taux d'engagement au questionnaire Culture Amp (%) - Taux de participation des managers aux formations DEI (%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Les actions mises en œuvre dans le but d'attirer et retenir les talents - L'implémentation d'actions ayant vocation à promouvoir la culture et les valeurs de l'entreprise parmi les collaborateurs - Les actions en place favorisant le bien-être au travail - Les opérations de promotion et de formation autour de la diversité et de l'inclusion
Informations environnementales	
Informations quantitatives (incluant les indicateurs clé de performance)	Informations qualitatives (actions ou résultats)
<ul style="list-style-type: none"> - Emissions de gaz à effet de serre directes (Scope 1) (tCO2e) - Emissions de gaz à effet de serre indirectes (Scope 2) (tCO2e) - Emissions de gaz à effet de serre indirectes (Scope 3) (tCO2e) - Emissions de gaz à effet de serre évitées (tCO2e) 	<ul style="list-style-type: none"> - Le déploiement des actions visant à lutter contre le changement climatique
Informations sociétales	
Informations quantitatives (incluant les indicateurs clé de performance)	Informations qualitatives (actions ou résultats)
<ul style="list-style-type: none"> - Taux de substitution (%) - Taux de L2L (% , périmètre global) 	<p>Les moyens de communication mis en place afin de susciter un attrait pour une consommation durable et permettre une prise de conscience des consommateurs au regard des thématiques environnementales</p>

Table de concordance

Synthèse des indicateurs clés de performance

Vestiaire Collective est exposée à des risques et des opportunités extra-financiers pouvant affecter sa performance opérationnelle et financière, entacher sa réputation ou impacter sa stratégie. Les enjeux suivants ont été identifiés comme les principaux risques et opportunités au regard de nos activités (voir la section 3. Évaluation des risques et des opportunités). Vestiaire Collective s'engage à répondre à chacun de ces enjeux en mettant en place les politiques et les mesures appropriées. Le tableau ci-dessous présente une synthèse des indicateurs clés de performance présentés dans notre Déclaration de performance extra-financière.

A noter qu'aucune donnée comparative avec les années précédentes n'est présentée car il s'agit de notre premier exercice de Déclaration de performance non financière.

Issue	KPI	Unité	Valeur
Culture et valeurs d'entreprise	Culture Amp participation rate	%	80%
Bien-être au travail	Culture Amp engagement score	%	58%
Attirer et fidéliser les talents	Taux de départs volontaires	%	14%
Diversité et inclusion	Taux de participation des managers aux formations DÉI	%	66%
Engagement en faveur d'une consommation durable	Taux de substitution	%	82%
	Taux de transactions locales	%	87%
Lutte contre le réchauffement climatique	Émissions de scope 1	tCO2e	30
	Émissions de scope 2 (méthode basée sur la localisation)	tCO2e	160
	Émissions de scope 3	tCO2e	20 378
	Émissions évitées	tCO2e	56 993
Sécurité des données et cybersécurité	Nombre de vulnérabilités traitées*	#	21
	Délai de traitement*	days	96

* N. B. : Les indicateurs de performance concernant la sécurité des données et la cybersécurité n'ont pas fait l'objet d'un audit par un organisme tiers indépendant cette année.

Informations spécifiques requises par l'article L.225-102-1 du Code commercial français

Ci-dessous est présentée la table de concordance concernant les informations spécifiques requises par l'article L. 225-102-1 du Code du Commerce français.

Informations	Parties du rapport
Les conséquences sur le réchauffement climatique des activités de l'entreprise et de ses produits et services	4.7 Lutte contre le réchauffement climatique
Engagements sociaux pour promouvoir le développement durable	4.6 Engagement en faveur d'une consommation durable
Effort visant à promouvoir l'économie circulaire	4.6 Engagement en faveur d'une consommation durable
Collective bargaining agreements	4.2 Attirer et fidéliser les talents
Employee working conditions	4.2 Attirer et fidéliser les talents
	4.3 Bien-être au travail
Actions visant à lutter contre la discrimination et à promouvoir la diversité et des mesures en faveur des personnes en situation de handicap	4.4 Diversité, équité et inclusion
Actions en faveur de la pratique des activités sportives	4.3 Bien-être au travail

Étant donnée la nature des activités commerciales de l'entreprise, les sujets relatifs aux enjeux suivants ne sont pas énoncés dans le Rapport de gestion :

- Lutte contre le gaspillage alimentaire
- Lutte contre l'insécurité alimentaire
- Protection animale
- Efforts favorisant une production alimentaire responsable et durable

Note méthodologique

Taux de substitution

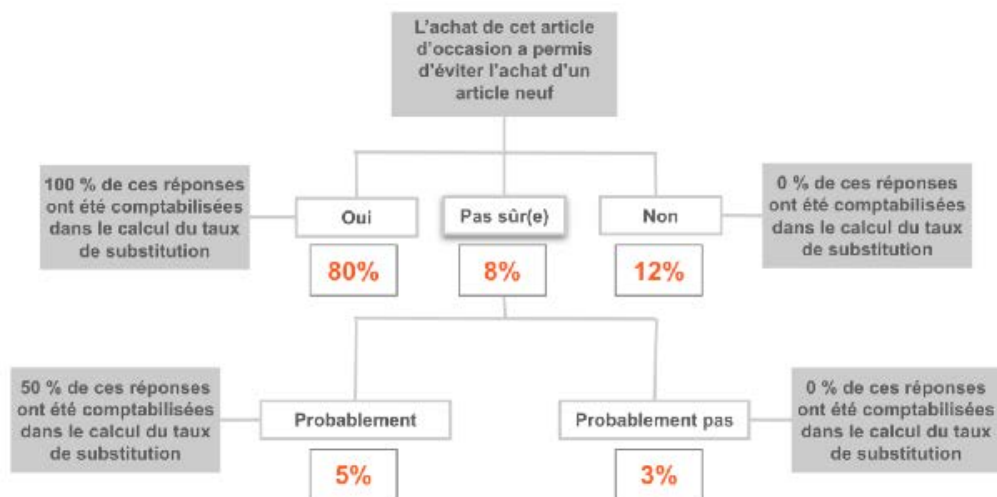
Afin d'étudier le comportement de nos acheteurs et vendeurs (entre autres), nous avons mené une enquête en janvier 2023. Son objectif était d'affiner nos calculs autour des données d'impact évité, d'étudier la surconsommation, et de situer l'approche de Vestiaire Collective au sein de la mode de seconde main, et même de l'industrie dans son ensemble.

L'enquête a été envoyée par email six mois avant le lancement de la campagne. Plus de 3 500 utilisateurs y ont répondu, comprenant les vendeurs et les acheteurs, avec différents niveaux d'engagement (occasionnels ou réguliers, nouveaux ou réguliers). L'enquête a débuté le 27 février 2023 et a duré deux semaines.

En utilisant Vestiaire Collective, et donc en privilégiant la seconde main, les consommateurs évitent souvent une part importante des impacts environnementaux qui découlent de la production de nouveaux articles de mode. Le taux de substitution mesure la part des articles de seconde main qui remplacent effectivement l'achat d'articles neufs.

Afin de calculer le taux de substitution, nous avons utilisé une série de questions basées sur la méthodologie introduite par Farfetch en 2019. Ce travail s'appuie sur l'étude préalable sur le taux de substitution réalisé par WRAP en 2012.

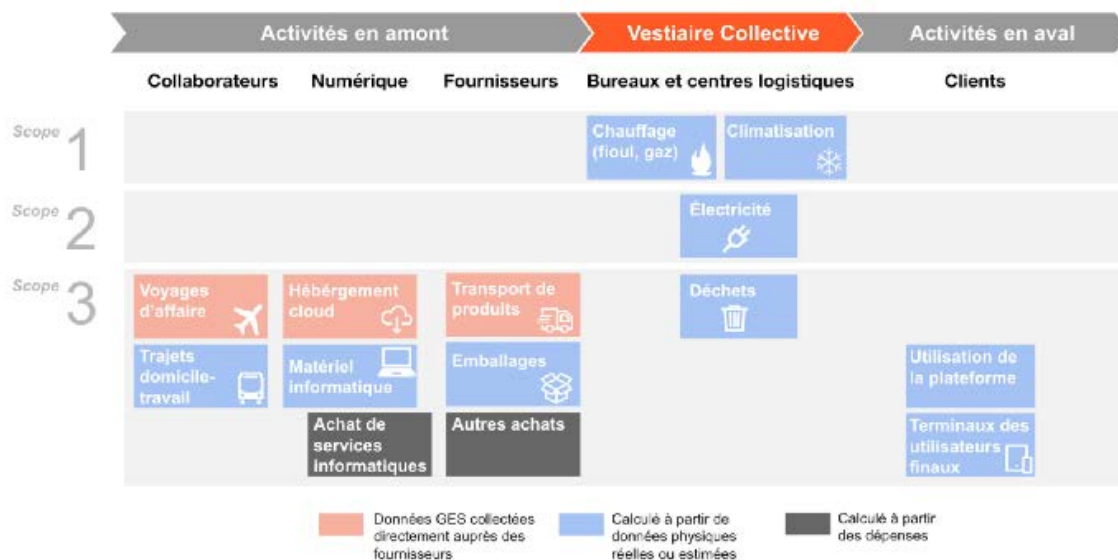
- *Acheter cet article de seconde main sur Vestiaire Collective m'a évité d'acheter un nouvel article*
 - *Oui* → 100 % de ces réponses ont été comptabilisées dans le calcul du taux de substitution
 - *Non* → 0 % de ces réponses ont été comptabilisées dans le calcul du taux de substitution
 - *Pas sûr(e)* → voir la question suivante
- *Vous avez dit que vous n'étiez pas sûr(e). Laquelle des propositions suivantes s'applique le mieux à cet article ?*
 - *Il a probablement empêché l'achat d'un nouvel article. Par exemple, je n'ai pas acheté de nouveaux articles similaires pendant un certain temps* → 50 % de ces réponses ont été comptabilisées dans le calcul du taux de substitution
 - *Il n'a probablement pas empêché l'achat d'un nouvel article, car j'ai acheté un article similaire à peu près au même moment ou peu de temps après* → 0 % de ces réponses ont été comptabilisées dans le calcul du taux de substitution



Résultats de l'enquête consommateurs sur le taux de substitution

Empreinte carbone

Notre évaluation est basée sur la méthodologie du GHG Protocol Corporate et couvre les trois scopes d'émissions de gaz à effet de serre (GES).



Scopes 1 & 2

Les émissions de scopes 1 et 2 représentent seulement 1% de notre bilan carbone.

- Le scope 1 représente les émissions directes résultant du chauffage (gaz naturel).

N.B. : nous n'avons pas de véhicules d'entreprise. En fonction des données disponibles, nous avons collecté soit des données réelles (consommation d'énergie en kWh) soit des données estimées (basées sur le ratio au mètre carré).

- Le scope 2 représente les émissions indirectes résultant de l'achat de l'électricité et du chauffage collectif de nos bureaux et de nos entrepôts partout dans le monde, évalué sur la base des consommations ou des factures de nos fournisseurs. Pour les données de notre siège à Tourcoing, nous avons extrapolé la consommation électrique des 4 premiers mois de l'année, car nous ne disposons pas de factures pour cette période.

Scope 3

Les émissions de scope 3 représentent 99% de notre bilan carbone. Le scope 3 correspond à toutes les émissions indirectes de notre chaîne de valeur non comprises dans le scope 2, en amont et en aval.

- Les émissions scope 3 en amont prennent en compte l'achat de biens et de services, les biens immobilisés (bureaux et parc informatique), les émissions liées à l'énergie non incluses dans les émissions scope 1 et 2, le transport de marchandises en amont et la distribution, les déchets générés, les déplacements professionnels et les trajets domicile-travail de nos collaborateurs.

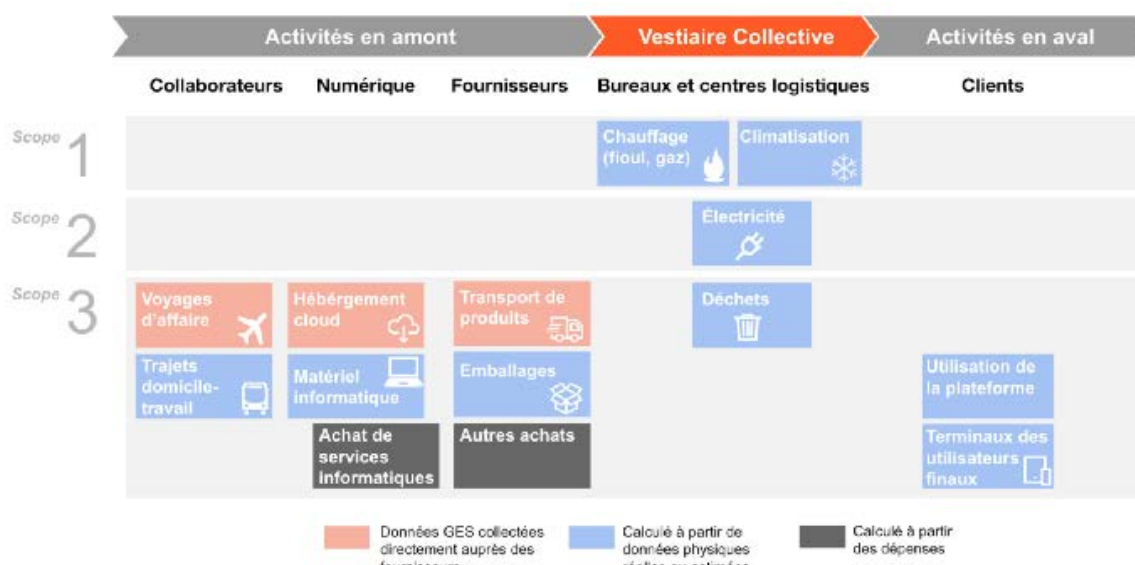
- Les émissions scope 3 en aval comprennent l'utilisation de notre plateforme par notre communauté (consommation d'électricité, fabrication et fin de vie des terminaux utilisateurs).

Concernant les émissions scope 3, nous avons collecté soit des rapports GES directement auprès de nos fournisseurs (notamment de nos transporteurs), soit des données physiques réelles ou estimées (par ex. des volumes des déchets) ou des données monétaires (dépenses en achat de biens et de services). Le calcul du bilan carbone a été réalisé en utilisant la plateforme Aktio à partir de toutes les données ci-dessus. Les facteurs d'émission utilisés proviennent des bases de données Bilan Carbone® de l'ADEME et de l'Agence internationale de l'énergie.

Émissions évitées

Nos émissions évitées correspondent à la différence entre deux scénarios : (1) acheter sur Vestiaire Collective et (2) un scénario de référence dans lequel une part des articles vendus sur notre plateforme aurait été achetés neufs (cf. taux de substitution) : $\text{Émissions évitées} = (\text{Émissions liées à l'achat d'articles neufs} \times \text{Taux de substitution}) - \text{Émissions dues à l'achat d'articles sur VC}$

Scénario 1 : L'achat sur Vestiaire Collective (émissions liées au produit uniquement), basé sur notre bilan carbone (voir ci-dessus).



Scope du bilan carbone 2022 de Vestiaire Collective : émissions liées au produit uniquement

Scénario 2 : Un scénario de référence dans lequel 82% des articles vendus sur notre plateforme auraient été achetés neufs (cf. taux de substitution).

Nous avons calculé les émissions associées au scénario de référence en fonction du nombre d'articles vendus par catégorie d'articles et des données du Product Environmental Footprint (PEF) de la Commission européenne sur les impacts de l'analyse du cycle de vie des articles d'habillement et de chaussures. Les 13 catégories de produits couvertes par le PEF comprennent : les chaussures ouvertes, les chaussures fermées, les bottes, les t-shirts, les sweats et les pulls, les chemises et les blouses, les pantalons et les shorts, les vestes et les manteaux, les robes, les jupes et les combinaisons, les accessoires vestimentaires, les sous-vêtements et les maillots de bain. Pour les sacs, le scénario de référence est calculé en nous basant sur les données du livre blanc publié par Kering sur les émissions « cradle to gate » (de la fabrication à la sortie d'usine).

Pour les autres types de produits (bijoux, lunettes de soleil, autres accessoires, etc.), aucune émission évitée n'est prise en compte dans la méthodologie actuelle.

Transactions locales

La part des transactions locales (L2L) est la part des transactions réalisées à l'intérieur d'une même zone géographique.

Le pourcentage de transactions locales représente la part totale des transactions réalisées dans les zones géographiques de niveau 1 (EMEA, AMS, APAC), pour lesquelles l'acheteur se trouve dans la même zone géographique de niveau 1 que le vendeur.

Départs volontaires

Périmètre : Tous les collaborateurs permanents de Vestiaire Collective partout dans le monde (à l'exception des collaborateurs temporaires, stagiaires, apprentis et contractuels).

Les départs volontaires mesurent la réduction d'effectif causée par des départs volontaires (démissions, fin de la période d'essai à l'initiative de l'employé).

Le taux de départs volontaires (exprimé en %) est calculé suivant la formule : $(\text{Nombre de collaborateurs ayant volontairement quitté l'entreprise au cours de la période}) \div (\text{Moyenne du nombre total des collaborateurs sur la période}) \times 100$

Taux de participation aux formations DÉI

Périmètre : Tous les collaborateurs permanents de Vestiaire Collective partout dans le monde (à l'exception des collaborateurs temporaires, stagiaires, apprentis et contractuels).

L'indicateur choisi est le **taux de participation des managers aux formations DÉI**, c'est-à-dire la part des managers ayant suivi au moins une formation DÉI en 2022. Nous avons décidé de choisir cet indicateur car nous avons lancé en 2022 un programme de formation à l'IED destiné spécifiquement aux managers :

Introduction aux principes de la diversité et de l'inclusion

- #1 Diversité et discriminations
- #2 Biais et stéréotypes

Introduction aux principes du management inclusif

- #1 Développer une culture de l'inclusion : quelles approches managériales ?
- #2 Prévenir le sexisme et les discriminations : le rôle du manager

Ateliers

- Prévenir les biais racistes au travail
- Assurer un cadre de travail inclusif pour les personnes LGBTQIA+
- Assurer un cadre de travail inclusif pour les personnes en situation de handicap
- Prévenir le sexisme et les violences sexistes au travail
- Aider ses collègues à préserver leur santé mentale
- Travailler dans un environnement multiculturel

Cet indicateur est calculé sur la base des extractions sur notre système LMS (Learning Management System).

Le taux de participation des managers aux formations DÉI (en %) est calculé selon la formule : $(\text{Nombre de managers ayant suivi au moins une formation DÉI en 2022}) \div (\text{Nombre total des managers au 31/12/2022}) \times 100$

Culture amp - Taux de participation et taux d'engagement des employés

Périmètre : L'enquête Culture amp est ouverte à tous les collaborateurs permanents et aux contractuels longue durée (contrat de six mois et plus, y compris les stagiaires et les apprentis), ayant une ancienneté de 3 mois dans l'entreprise à la date de début de l'enquête.

Le taux de participation représente la moyenne de la participation aux deux enquêtes Culture amp menées en 2022.

Le taux d'engagement est calculé sur la base des réponses à notre enquête d'engagement sur la plateforme Culture amp. Il est calculé comme le pourcentage moyen des employés ayant répondu favorablement aux quatre questions suivantes.

- Je suis fier de travailler pour Vestiaire Collective.
- Je me vois toujours travailler pour Vestiaire Collective dans deux ans.
- a raison principale pour laquelle j'ai choisi de travailler pour Vestiaire Collective est sa mission : « Transformer l'industrie de la mode pour un avenir plus durable ».
- Je recommanderais Vestiaire Collective comme une entreprise où il fait bon travailler.

N.B. Étant donné que deux enquêtes ont été réalisées en 2022, le taux de participation et le taux d'engagement sont calculés comme une moyenne de ces deux enquêtes.

Nombre de vulnérabilités traitées

Cet indicateur mesure le nombre total des vulnérabilités identifiées par notre équipe sécurité des données en 2022.

Délai de traitement des vulnérabilités

Cet indicateur représente le temps moyen (en jours) qui a été nécessaire pour remédier aux vulnérabilités identifiées en 2022. Il est calculé comme le nombre moyen de jours entre la détection et la résolution des vulnérabilités.