

# KIABI

## Déclaration de performance extra-financière <sup>2024</sup>

♥ **KIABI ACTS FOR A BETTER WORLD\***

\*Kiabi agit pour un monde meilleur





**D**ans le contexte de clivage que connaissent aujourd'hui nos sociétés, Kiabi a choisi en 2024 d'affirmer ses valeurs humaines et son ouverture. Une de mes plus grandes fiertés a été le lancement de la mission de notre Kiabi Foundation, pour redonner confiance à la jeunesse. Une telle cause est une force dans le monde dans lequel nous vivons, une main tendue et une ouverture à tous, alignée avec nos valeurs de simplicité et de respect. Nous sommes une marque populaire, accessible à toutes les familles, cette culture humaine est dans notre ADN depuis toujours.

Avec l'inauguration du Kiabi Village, notre nouveau siège social, nous cultivons encore cet état d'esprit : ce lieu est une véritable plateforme d'innovation, qui va permettre d'ouvrir le débat et l'échange entre nos collaborateurs et tout notre écosystème. 2024 a aussi été une année de performance économique et de résilience pour Kiabi, une entreprise qui réussit à grandir sans perdre son âme. Nous sommes réunis autour d'un projet commun, d'un sens fort qui permet d'embarquer chacun dans notre vision long terme.

En 2025, nous devons poursuivre ce travail avec l'énergie et la confiance que doivent nous donner ces réussites. Nous pouvons continuer à innover, à être audacieux, à évoluer avec l'agilité qui nous caractérise. Nous sommes pétris d'une culture de l'humilité, qui ne doit pas nous empêcher de nous faire confiance et d'être fiers de ce que nous menons chaque jour avec nos collaborateurs et nos clients. .

**Elisabeth Cunin**  
*Présidente de Kiabi*





**2024** a conforté nos stratégies et trajectoires, avec la mise en place des premiers marqueurs de notre Vision 2035. L'ouverture du Kiabi Village, notre nouveau siège social, est une véritable pierre angulaire et une grande fierté : en y réunissant toutes nos équipes, tous nos services, avec un magasin laboratoire et une grande ouverture aux clients, nous avons développé une vraie force d'action.

En 2024, nous avons également pour la première fois racheté une entreprise, Beebs, sur un modèle centré sur la seconde main. Sur la partie sociétale, la création d'une joint venture sociale avec notre projet Le Petit Magasin, mais aussi le lancement de la mission de notre Kiabi Foundation sont autant de pièces qui nous permettent d'aller vers notre Vision. Les indicateurs environnementaux et sociaux sont désormais intégrés à tous les niveaux, depuis notre comité de direction jusqu'aux communications auprès de l'ensemble de nos collaborateurs et dans tous les projets de transformation de Kiabi. La mise en œuvre de ces stratégies s'est néanmoins menée en 2024 dans un contexte géopolitique qui a fait bouger les lignes, avec des impacts sur le transport, sur un marché concurrentiel de la mode qui a continué à se transformer. En interne nous avons commencé à faire évoluer nos organisations, pour être plus agiles face à ces enjeux et répondre aux ambitions de notre Vision 2035.

Le soutien de nos actionnaires, l'engagement de nos collaborateurs et leur autonomie pour mettre en action leurs idées, avec une subsidiarité de la décision, sont notre force pour continuer à progresser vers notre Vision.

**Patrick Stassi**  
*Directeur Général de Kiabi*



# Sommaire

Nos chiffres clés 2024	<b>06</b>
La Vision Kiabi 2035	<b>07</b>
40 ans de mode à petits prix	<b>08</b>
Kiabi acts for a better world	<b>09</b>
Notre modèle d'affaires	<b>10</b>
Kiabi dans le monde	<b>11</b>
Notre analyse de double matérialité	<b>12</b>
Notre matrice de double matérialité	<b>13</b>

Enjeux et indicateurs	<b>15</b>
Agir sur les enjeux climat	<b>17</b>
Réduire l'utilisation des ressources en eau et leur pollution	<b>25</b>
Intégrer et réparer nos impacts sur la biodiversité et les sols	<b>27</b>
Repenser l'utilisation des ressources et la circularité de notre offre	<b>29</b>

Enjeux et indicateurs	<b>40</b>
Allier sens et transformation	<b>42</b>
Encourager le développement et préparer les talents de demain	<b>43</b>
Favoriser l'égalité des chances et l'inclusion	<b>44</b>
Améliorer les conditions de travail de nos collaborateurs	<b>48</b>
Assurer notre responsabilité humaine chez nos fournisseurs	<b>50</b>
Accompagner les familles sur les enjeux de confiance	<b>52</b>

Enjeux et indicateurs	<b>56</b>
Une gouvernance au service d'une performance long terme	<b>58</b>
Partager la valeur créée ensemble	<b>59</b>
Développer une vision triple capital	<b>60</b>
Éthique des affaires	<b>61</b>
Agir dans un écosystème ouvert	<b>65</b>

KIABI

# Enjeux & stratégies

- 06
- 07
- 08
- 09
- 10
- 11
- 12
- 13



# Nos chiffres clés 2024.

## Environnement

**-4,3 %**

de réduction des émissions équivalent CO<sub>2</sub> en valeur absolue (par rapport à 2022), soit 2,28 Mt éq. CO<sub>2</sub>.

**9,6 %**

Part de nos articles textiles achetés conçus avec des matières premières et des procédés de fabrication moins impactants sur l'environnement.

**0,43 %**

de produits de seconde main dans l'ensemble des articles vendus par Kiabi.

**176 M m<sup>3</sup>**

de consommation nette d'eau douce.

**KIABI**

## Social

**69 %**

d'usines auditées et évaluées au plus haut niveau de performance de conformité aux standards sociaux internationaux et réglementaires, chez nos fournisseurs de tiers 1 et 2.

**43 %**

de collaborateurs de Kiabi formés pour développement de compétence.

**75 %**

des collaborateurs estiment que Kiabi est une entreprise où il fait bon travailler.

(Trust Index® Great Place to Work®)

**394**

personnes entrées en insertion professionnelle depuis 2020.

**KIABI**

## Gouvernance

**63 %**

de collaborateurs actionnaires.

**35 %**

de femmes leaders dirigeantes.

**0,52 %**

de volume d'affaires durable.

**89 %**

Taux conformité sécurité informatique.

**70**

Net Promoter Score clients.

**KIABI**

## Économique

**2,3 MDS**

de chiffre d'affaires (euros).

**+5 %**

par rapport à 2023.

**23,7 M**

de clients (+6 % vs 2023).

**298 M**

de pièces vendues.

**KIABI**



# AGIR POUR L'ENVIRONNEMENT

EN FAISANT PIVOTER  
NOTRE MODÈLE VERS UNE MARQUE  
DURABLE À PETIT PRIX

#durabilité #secondemain  
#modèlecirculaire #désirabilité

VISION  
**Kiabi**  
**2035**

Faciliter la vie  
des familles en rendant  
accessible à tous un  
mode de vie durable  
au quotidien.



# AGIR POUR TOUTES ET TOUS

EN CULTIVANT NOTRE CULTURE  
HUMAINE SINGULIÈRE

#GPTW #inclusion  
#culturehumaine #formation

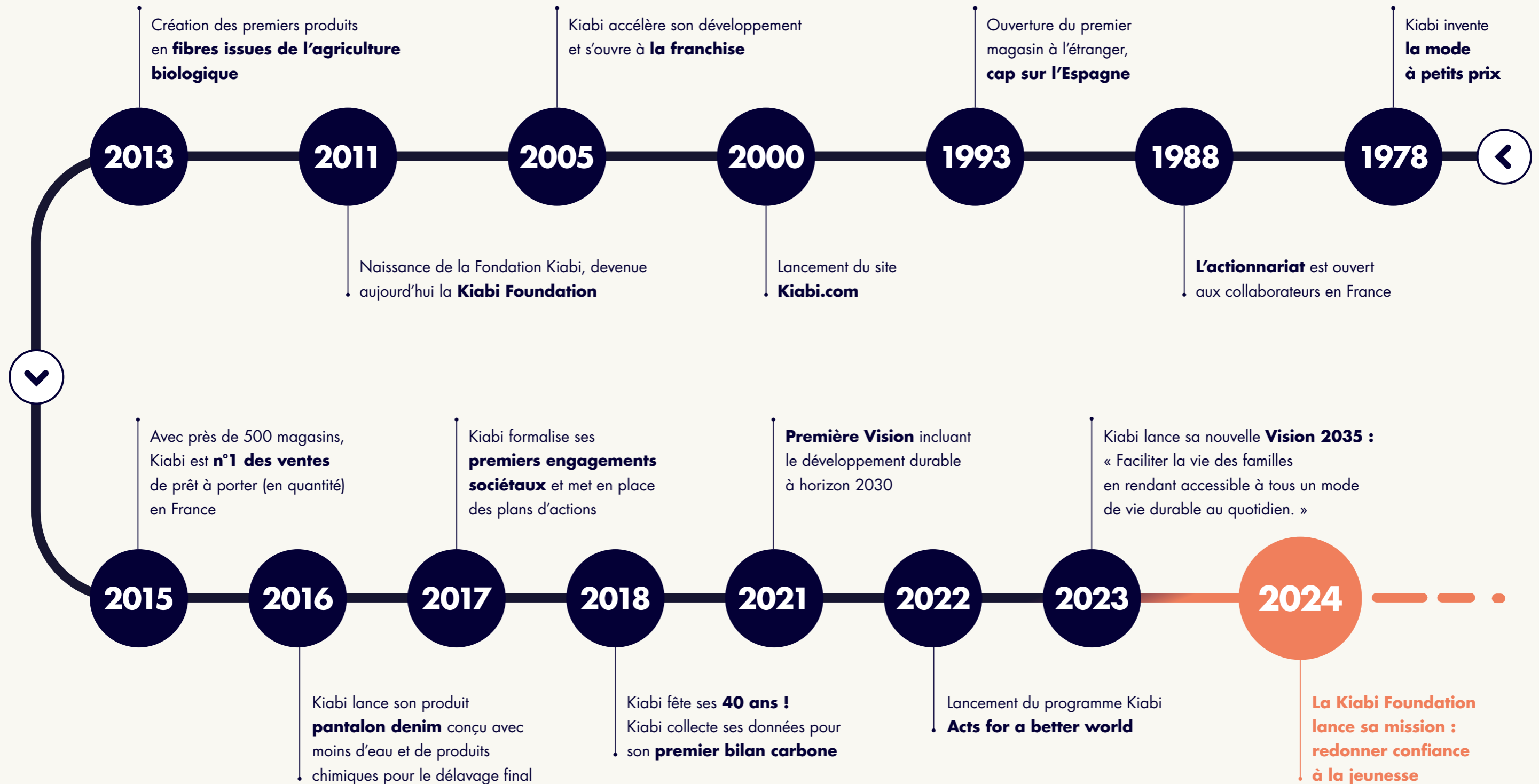


# CRÉER DE LA VALEUR PARTAGÉE

EN GARANTISSANT CROISSANCE ET RENTABILITÉ DURABLE

#omnicanal #innovation #international #actionariat #clients

# 40 ans de mode à petits prix.



♥ **KIABI ACTS FOR A BETTER WORLD\***

\*Kiabi agit pour un monde meilleur

# Kiabi acts for a better world\*.

C'est derrière ce message positif et fédérateur que nous souhaitons engager les familles, nos collaborateurs, nos partenaires, nos clients et tout l'écosystème Kiabi, pour **permettre à chacun d'être acteur du changement**. À travers notre plateforme d'informations « Acts for a better world », nous cherchons à éclairer les enjeux de demain en termes de mode ou de consommation, mais aussi à rendre disponibles nos avancées sur les sujets environnementaux et sociétaux, ainsi que les preuves associées à ces actions.



# Modèle d'affaires.

## Les atouts de Kiabi

- Leader France en bébé & enfants
- Maîtrise de notre chaîne de valeurs
- Designer et concepteur
- Accessibilité et inclusivité
- Magasins physiques, contact direct avec nos clients

## Les défis et opportunités

- Urgence environnementale
- Pouvoir d'achat & inflation
- Nouvelles attentes sociétales et changement de consommation
- Opportunité qualité-prix-style
- Modèle industriel et commercial circulaire

## Les parties prenantes

- Clients / fournisseurs partenaires / partenaires affiliés et franchisés / prestataires de services / associations / ONG / médias / actionnaires salariés ou familiaux

## → Ressources

### Des femmes et des hommes engagés

- 8 997 Kiabers dont 81 % de femmes
- 79 % des Kiabers en Contrat à Durée Indéterminée
- 4,5 % de Kiabers en situation de handicap

### Des équipes dédiées au développement de nos produits

- 179 Kiabers aux collections et 274 dans nos bureaux d'achats de Chine, Bangladesh, Inde et Turquie

### Un écosystème au service de notre mission

- 183 fournisseurs marchands pour 503 usines d'assemblage
- 1 175 audits sociaux réalisés et 288 audits environnementaux
- 3 entrepôts marchands et un non marchand en Europe
- 641 points de contact (dont 272 en partenariat)
- 90 partenaires franchisés et affiliés
- 152 points de contact seconde main
- 1 market place en France

### Des liens avec nos communautés

- 23,7 millions de clients
- 25 petits magasins (19 en partenariat avec 11 associations d'insertion professionnelle et 6 en joint-venture sociale avec le groupe Vitamine T)

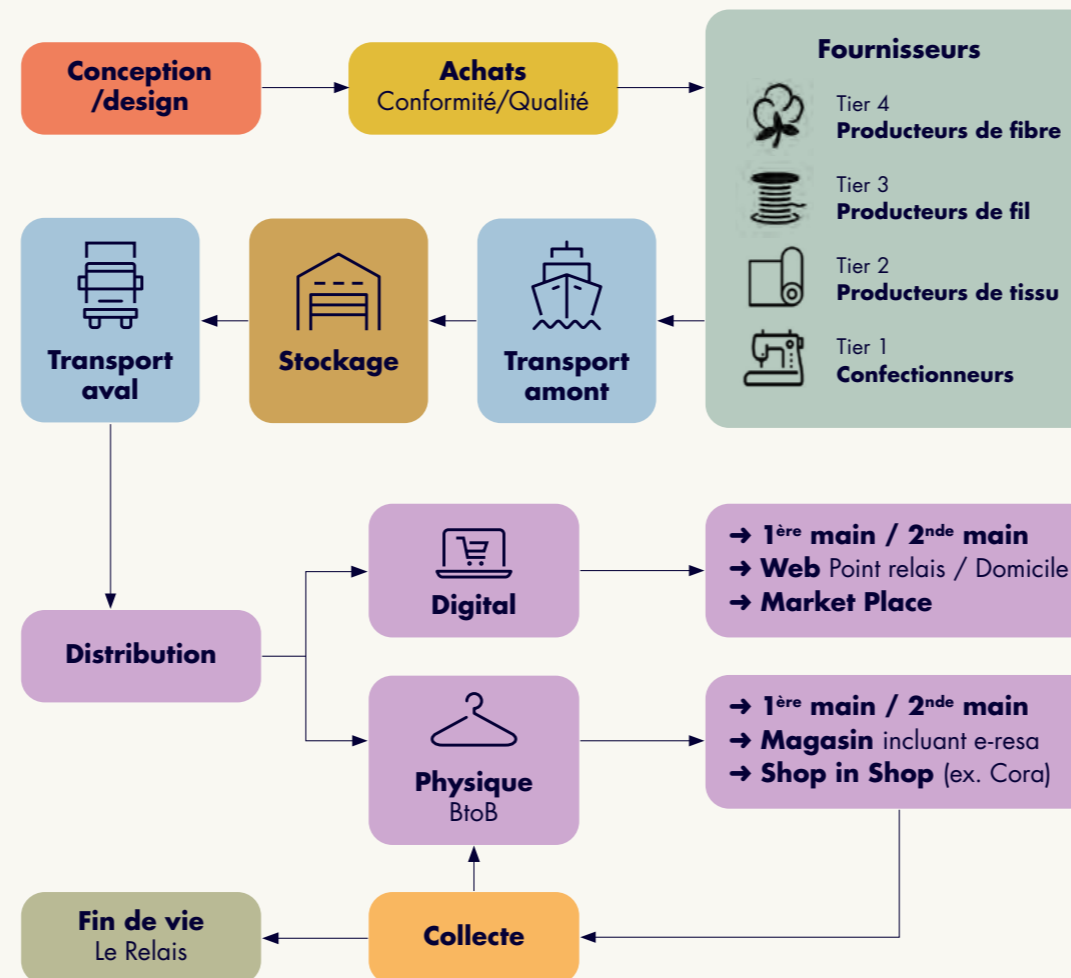
### Une structure financière

- Un actionariat familial stable
- Une politique d'investissement volontariste

### Etixia, une foncière pour réenchanter des lieux de commerce et de vie

- Une équipe de 31 personnes
- 103 sites détenus par Etixia

## « Faciliter la vie des familles en rendant accessible à tous un mode de vie durable au quotidien. »



## → Valeurs créées

### Pour les femmes et les hommes

- 75 % des Kiabers satisfaits (trust index GPTW)
- 43 % de Kiabers formés pour développement de compétences
- 35 % de femmes aux postes de leaders
- 29 % de résultats partagés aux collaborateurs
- 63 % de Kiabers actionnaires

### Pour réduire nos impacts environnementaux

- 2,28 millions de tonnes équivalent CO<sub>2</sub> soit -4,3 % vs 2022
- 176 millions de m<sup>3</sup> net d'eau douce consommés sur nos propres sites
- 9 % de nos articles textiles achetés conçus avec des matières premières et des procédés de fabrication moins impactants sur l'environnement
- 1,3 millions de pièces vendues en seconde main
- 0,43 % d'articles de seconde main dans nos produits vendus

### Pour nos partenaires

- 69 % d'usines auditées et évaluées au plus haut niveau de performance de conformité aux standards sociaux internationaux et réglementaires
- 51 % d'usines auditées et évaluées au plus haut niveau de performance de conformité aux standards environnementaux internationaux et réglementaires
- 73 % du chiffre d'affaires réalisés dans nos canaux de distribution (hors franchises et affiliations)

### Pour les familles et nos clients

- Un NPS clients de 70
- 232 230 familles bénéficiaires des boutiques solidaires
- 394 entrées en insertion professionnelle depuis 2020

### Pour assurer notre robustesse financière et la sécurité de nos organisations

- Une valeur de part en hausse de +53 % en 5 ans avec une moyenne de +9 % par an
- +1 % de chiffre d'affaires hors taxes soit 2,3 milliards d'euros
- 479 millions d'euros de valeurs locatives
- 4,8 millions d'euros investis dans la rénovation de sites existants
- Taux de sécurité informatique de 88

# KIABI dans le monde.



**8 997**  
collaboratrices  
et collaborateurs



**641**  
points de contact



**183** fournisseurs  
marchands

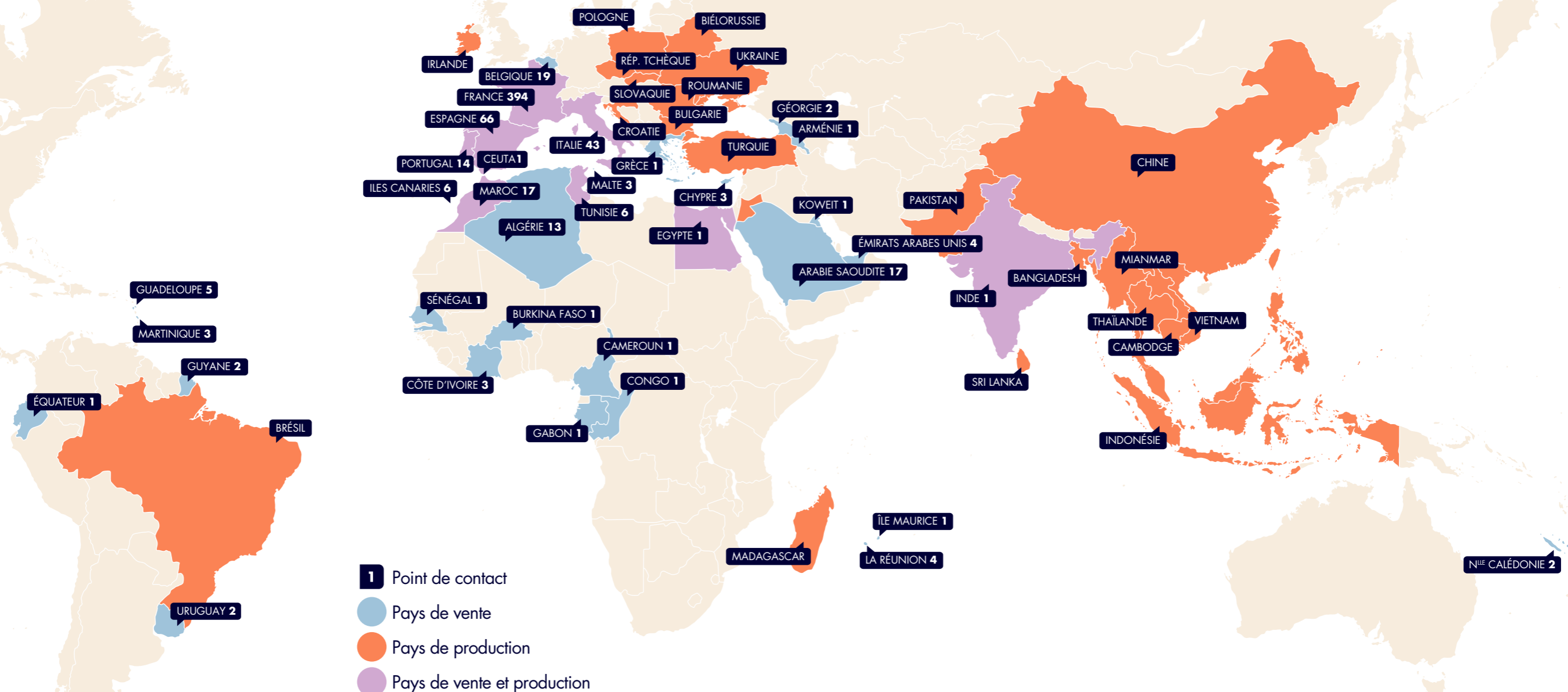
**90** franchisés  
& affiliés



**27**  
pays de  
distribution

**21**  
pays de  
production

**34**  
territoires  
de vente



# Notre analyse de double matérialité

L'analyse de double matérialité intègre les impacts engendrés par nos activités sur l'environnement et la société, et réciproquement les risques et opportunités que ces enjeux font peser sur la situation économique et financière de Kiabi.

## Une révision au regard de nos IRO

Afin de nous mettre en marche vers les exigences de la CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), nous avons mené dès 2023 une première analyse en double matérialité, qui avait fait émerger de nouveaux enjeux pour Kiabi. Afin d'aller plus loin dans notre démarche, nous avons souhaité reclassifier ces enjeux en nous appuyant sur la classification de l'EFRAG (European Financial Reporting Advisory Group), et en les alignant sur l'ensemble des enjeux liés aux activités de tout le groupe Kiabi (Bunsha International).

Nous avons ainsi travaillé avec le cabinet Deloitte pour décliner nos enjeux sous forme d'impacts, risques et opportunités (IRO). Ce travail a été mené lors d'ateliers avec les leaders Kiabi sur les questions environnementales, sociales et de gouvernance, afin d'identifier, de classifier, d'établir la notation et la validation de chaque IRO.

Nous avons ainsi identifié 40 impacts matériels et 30 risques et opportunités. Notre analyse de double matérialité a été revue au regard de ces IRO.

## La méthodologie d'évaluation

Afin d'évaluer ces IRO, nous avons mis en oeuvre une méthodologie basée sur quatre grands principes :

- La prise en compte de l'ensemble de la chaîne de valeur Kiabi, depuis l'amont (production de matières premières) jusqu'à l'aval (fin de vie des produits).
- Un horizon non limité au court terme, avec l'identifica-

tion d'IRO pouvant intervenir à court (1 an), moyen (2 à 5 ans) et long terme (plus de 5 ans),

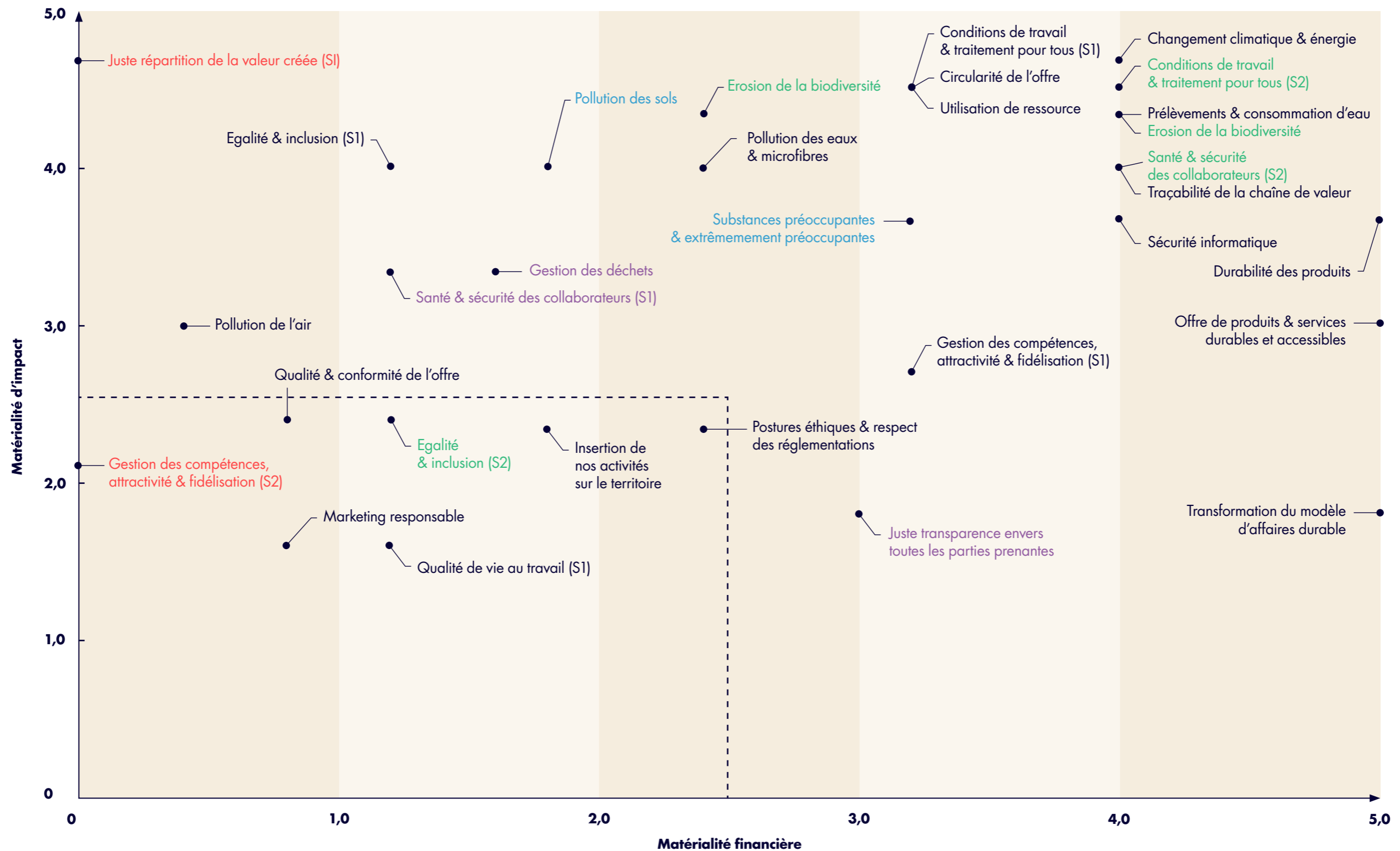
- La considération d'IRO avérés ou attendus.
- Une appréciation de la matérialité tenant compte des incidences supposées, indépendamment des politiques et actions de remédiation déjà mises en oeuvre par l'entreprise.

En considérant ces principes, nous avons ainsi évalué la matérialité d'impact et la matérialité financière en nous appuyant sur :

- Des sources travaillées par Kiabi en 2023 sur nos enjeux et notre matérialité financière.
- L'analyse double matérialité sectorielle textile, linge de maison, chaussures (TLC), réalisée par l'Alliance du commerce en septembre 2024.
- Les analyses de double matérialité réalisées par des pairs.



# Matrice de double matérialité - Groupe Kiabi



**Légende :**

- Matérialité financière du sous-thème manquante
- Changement significatif du positionnement du sous-thème sur la matrice
- Changement de la matérialité du sous-thème
- Nouveau sous-thème ajouté à la matrice

KIABI

# Réduire nos impacts sur l'environnement.

15

---

17

---

25

---

27

---

29



# 1. Enjeux & indicateurs

Emissions carbone, utilisation des ressources en eau, pollution, occupation des sols : nous avons conscience des nombreux impacts environnementaux liés aux activités de l'industrie de la mode. Pour réduire ces impacts et contribuer à les réparer, l'enjeu est donc d'agir tant sur notre offre actuelle, en tendant vers une démarche d'éco-conception, que sur l'évolution plus globale de notre modèle d'affaires.



## Nos enjeux et leviers stratégiques

- 1 Agir sur l'offre de produits neufs**
  - en développant une démarche d'éco-conception pour notre offre de première main,
  - en dépolluant notre production et nos approvisionnements,
  - en produisant autrement.
- 2 Agir sur l'offre et le modèle**
  - avec des alternatives à la vente de produits neufs,
  - avec une diversification de notre offre,
  - en engageant nos clients, nos collaborateurs, nos partenaires.
- 3 Agir sur la robustesse**
  - en diagnostiquant et en gérant nos impacts, risques et opportunités sur les enjeux environnementaux.

## Performance 2024



**-4,3 %**

de réduction des émissions équivalent CO<sub>2</sub> en valeur absolue (par rapport à 2022), soit 2,28 Mt éq. CO<sub>2</sub>.



**176 M m<sup>3</sup>**

de consommation nette d'eau douce.



**9,6 %**

de nos articles textiles achetés, conçus avec des matières premières et des procédés industriels moins impactants pour l'environnement\*

\*Voir pour notre approche pour une conception moins impactante sur l'environnement.



**0,43 %**

% de produits de seconde main dans l'ensemble des articles vendus par Kiabi.

## Faits marquants

- 85 % de nos fournisseurs de tiers 1 évalués par l'outil interne Green Manufacturing Assessment, qui permet de poser un premier diagnostic de la performance environnementale des usines de nos fournisseurs, indispensable à des plans d'actions ciblés.
- Réalisation d'un premier bilan de notre consommation nette d'eau douce, qui illustre l'impact de la matière première.
- Décision de rejoindre Cascale et d'adopter les outils HIGG pour suivre et mesurer les impacts sociaux et environnementaux de nos fournisseurs.
- Développement de la traçabilité avec l'outil Textile Genesis.
- Intégration du niveau de maturité environnementale dans la performance globale de nos fournisseurs partenaires.
- Mise en œuvre d'une première approche de l'impact carbone au niveau de la construction des collections de produits de première main.
- Rachat de la plateforme de seconde main Beebs, spécialiste de l'offre de seconde main pour les familles.



**Olivier Lapere,**  
chief operating officer.  
**KIABI**

## « Penser différemment notre offre et la conception de nos produits. »

« Kiabi s'appuie sur un écosystème robuste, et sur des hommes et des femmes engagés pour co-construire ensemble notre Vision et répondre aux enjeux environnementaux.

Nous avons bien sûr pris conscience de l'importance de penser différemment la conception de nos produits, en intégrant par exemple les enjeux matières ou leur fin de vie, avec une approche plus circulaire. Pour y arriver, nous engageons une démarche industrielle la plus vertueuse avec notre réseau, fort d'une centaine de partenaires, pour créer les alliances nécessaires, là où sont nos impacts.

Mais nous avons aussi la responsabilité de repenser notre offre : en 2024, le rachat de Beebs nous a permis d'entamer notre démarche de seconde main et la diversification de notre offre produit, pour amener une palette de solutions plus large

aux familles, avec des impacts mieux maîtrisés. Enfin nous sommes convaincus que Kiabi a un rôle à jouer en les informant, en leur proposant des services et des conseils pour les accompagner dans un nouveau rapport à la consommation et à la mode.

En complément de cette responsabilité, nous devons aussi intégrer et piloter les risques environnementaux et géopolitiques pour sécuriser nos approvisionnements, nos standards de qualité et notre industrialisation. Dans un contexte d'inflation, l'enjeu est de mener ces démarches tout en restant accessible aux familles. »

## 2. Agir sur les enjeux climat

Réduire nos impacts sur le climat nécessite d'agir sur nos émissions carbone tout au long de notre chaîne de valeur, en commençant par celles générées par la fabrication de la matière et la production de nos produits de première main, en agissant chez nos fournisseurs. Pour y arriver, nous développons notre capacité à collecter, suivre et animer les données liées à ces émissions.

### Notre bilan carbone

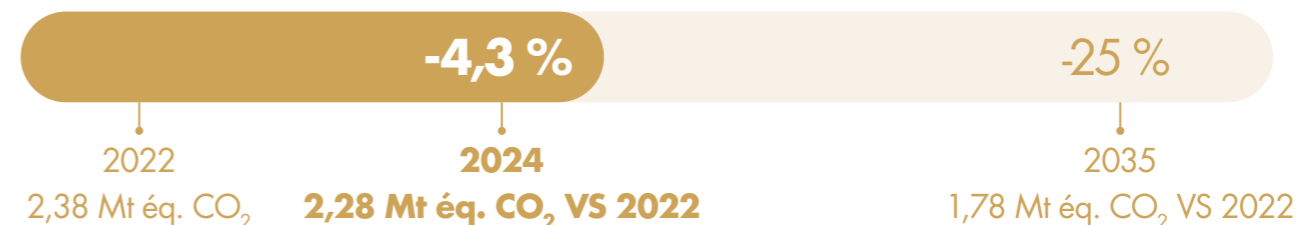
En 2024, les émissions carbonées issues des activités de Kiabi sur les scopes 1, 2 et 3 s'élevaient à 2,28 millions de tonnes équivalent CO<sub>2</sub>, soit une baisse de 4,3 % par rapport à notre année de référence (2022) et une augmentation par rapport à 2023. Cette hausse, entre 2023 et 2024, s'explique par une forte augmentation de la fabrication et de la vente de nos volumes de première main. En complément, nous avons intégré des

modifications dans la méthodologie de calcul de notre bilan carbone, à travers l'évolution de la méthode de calcul de la masse de nos produits finis\*. Afin de pouvoir analyser des éléments comparables, nous avons ainsi recalculé nos bilans carbone 2022 et 2023 pour y intégrer ces évolutions méthodologiques.

\* Historiquement nous calculons la masse produit comme suit : quantités à la référence commerciale taille multipliées par le poids de la référence commerciale taille. Nous nous sommes rendus comptes qu'il pouvait y avoir des disparités de poids sur une référence commerciale taille. Nous avons donc fiabilisé le calcul de la masse produit sur 2024 et donc recalculé 2023 et 2022 selon cette méthode. La masse produits est désormais égale aux quantités à la référence commerciale taille, multipliées par le poids moyen de la référence commerciale taille.

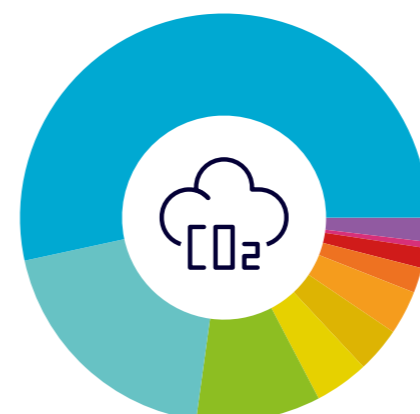
### Performance 2024

Réduction des émissions carbone scope 1/2/3 en valeur absolue par rapport à 2022 :



### La répartition de nos émissions carbone

→ 2,28 Mt eq. CO<sub>2</sub>



- Fabrication des produits : **53,6 %**
- Matières premières : **19,2 %**
- Déplacements visiteurs : **9,9 %**
- Utilisation des produits : **4,3 %**
- Achats de biens et services non marchands : **3,6 %**
- Immobilisations : **3,5 %**
- Transport : **2 %**
- Fin de vie des produits : **1,6 %**
- Scopes 1 et 2 : **0,4 %**
- Autres : **1,9 %**





**Camille Caron,**  
leader transition environnementale.  
**KIABI**

## « Une année d'apprentissages et de challenges. »

« 2024 a été une année particulière, avec une vraie intention de pilotage de notre bilan carbone. Nous avons vécu une année d'apprentissages, car nous sommes passés d'un bilan carbone que nous réalisions auparavant tous les quatre ans, puis tous les ans dès 2022, à des prévisions de bilan carbone tous les trois mois.

2024 a également été exigeante. Nous nous sommes confrontés à la complexité d'assurer une trajectoire de réduction des émissions de

gaz à effets de serre en valeur absolue avec un modèle d'affaires qui a surperformé. Définir des engagements et des objectifs ne suffit pas, l'enjeu est de pouvoir cadencer et animer ces objectifs auprès des équipes pour définir des plans d'actions réalistes suivis au plus près dans la durée, en les intégrant au rythme de l'entreprise et à l'ensemble des transformations ».

## Décarboner notre production

Parce que les émissions liées à la fabrication de nos produits et à l'extraction des matières premières représentent plus de 70 % de notre bilan carbone, il est primordial de travailler en étroite relation avec nos fournisseurs pour identifier des pistes d'actions et de réduction de ces émissions. En complément de nos audits de conformité, nous travaillons depuis 2023 avec nos fournisseurs pour collecter des données environnementales liées aux émissions carbone, à la consommation nette d'eau douce, à l'occupation des sols et à la gestion des déchets, grâce à un outil interne : le Green Manufacturing Assessment. Les données collectées nous permettent de déterminer un score, dans un premier temps pour chaque fournisseur de tier 1 et d'animer avec eux un plan d'actions. Lors de la première année de collecte en 2023, trois de nos fournisseurs avaient atteint le plus haut score de ce

nouvel outil. « Ces résultats ont été éclairants et nous nous sommes mis en action pour engager plus de fournisseurs sur ces sujets, en lien les objectifs liés à notre Vision », se rappelle **Connie Wong, leader compliance Kiabi**, « Nous avons donc mis en oeuvre en 2024 un large plan de formation et de sensibilisation auprès de nos usines de production de tier 1, avec des améliorations majeures en Inde, au Bangladesh, en Turquie et en Chine par exemple. » En interne, nous avons initié dans chaque pays un suivi mensuel de ces résultats avec les équipes en charge de la conformité, afin d'accompagner les leaders Kiabi dans leurs responsabilités liées aux performances environnementales et sociales des usines de leurs fournisseurs.

En 2024, 220 usines de tier 1 nous ont ainsi partagé leurs données (85 % de notre volume d'affaires\*) et 41 usines de tier 1 ont obtenu le meilleur score dans le Green Manufacturing Assessment. \*Volume d'activité 2023.

## Construire des relations dans la durée : l'exemple de l'Inde



La production en Inde représente aujourd'hui 15 % de la production de l'offre de Kiabi, avec 33 fournisseurs parmi lesquels 8 ont atteint le plus haut score du Green Manufacturing Assessment en 2024. « L'enjeu est d'accompagner la transformation des usines grâce à cet outil d'analyse », explique **Caroline Joire, leader Inde pour Kiabi**, « Cela nous a permis de comprendre où en étaient nos fournisseurs sur les questions d'énergie, d'eau, de déchets ou d'occupation des sols. »

à l'issue de l'évaluation de chaque usine, les équipes Kiabi ont accompagné les fournisseurs pour mettre en place un plan d'actions, en fonction de leurs besoins : « Nous les aidons à évaluer les investissements nécessaires et nous travaillons un calendrier avec eux pour les faire progresser sur les énergies renouvelables et l'efficacité énergétique, qui sont nos enjeux prioritaires. Ces besoins peuvent varier en fonction du fournisseur, de son emplacement dans une province qui a investi ou non sur ces sujets », souligne Caroline Joire. Pour soutenir ces investissements, Kiabi s'engage également dans la durée avec les fournisseurs concernés. La prochaine étape : conduire la même analyse environnementale auprès des usines des fournisseurs de teinture et de tissage/tricottage.

## Act fashion : contribuer collectivement aux enjeux du secteur de la mode

L'initiative **ACT** (Accelerate Climate Transition), initiée en 2015 par l'ADEME, le **CDP** (Carbon Disclosure Project) et la **World Benchmarking Alliance**, accompagne les entreprises dans l'évaluation de leur démarche de décarbonation et la mise en oeuvre de plans d'actions.

En 2024, les acteurs de la mode se sont réunis pour proposer une méthodologie spécifique à leur secteur, sur base de la méthodologie ACT. Cette initiative, conduite par Paris Good Fashion et l'ADEME, a permis de réunir douze entreprises, parmi lesquelles Kiabi, pour tester la méthodologie et émettre leurs retours sur cette expérimentation. La méthodologie ACT Fashion permet désormais de couvrir les entreprises du secteur de la mode mais aussi les fabricants et les détaillants.

## Faits marquants 2024

- **85 % du volume d'affaires\*** de nos fournisseurs de tier 1 évalués par notre outil interne Green Manufacturing Assessment.
- **27 % de nos fournisseurs** ont atteint le score maximal de l'outil Green Manufacturing Assessment.

\*Volume d'activité 2023.

## Les défis à relever

- Animer nos trajectoires carbone pour atteindre notre objectif 2035.
- Normaliser la lecture de nos indicateurs carbone.
- Responsabiliser les équipes en interne sur les enjeux de data gouvernance, sur la robustesse et la fiabilité de la donnée.

## Plus d'efficacité et de qualité dans la collecte des données de nos fournisseurs

L'un de nos enjeux consiste à assurer une collecte des données environnementales de nos fournisseurs plus robuste. Jusqu'à présent, nous collectons ces données via différents fichiers informatiques, avec des risques tant sur la qualité de la donnée que sur le temps nécessaire à la collecter.

En 2024, nous avons choisi de travailler avec **Cascale**, qui regroupe **300 marques leaders de vêtements, de chaussures et de textiles, détaillants, fabricants...** travaillant pour une vision commune de l'industrie de la mode. Nous avons adopté les outils HIGG pour suivre et mesurer les impacts sociaux et environnementaux de nos fournisseurs. Les outils HIGG nous permettent de collecter des données vérifiées à partir de la plateforme Worldly, en standardisant le processus de collecte des données de notre outil interne Green Manufacturing. À partir de 2025, nos fournisseurs seront tous invités à utiliser les outils HIGG proposés par Cascale, ce qui nous permettra d'augmenter la qualité des données et l'efficacité du processus d'évaluation.

### Assurer la traçabilité de nos données

Maîtriser la traçabilité et la qualité de nos données environnementales répond à plusieurs enjeux :

- Connaître avec précision notre chaîne d'approvisionnement, savoir de quelles régions viennent nos matières, dans quelles usines et par quels fournisseurs ont été assemblés nos produits,
- Récupérer les données auprès de sources fiables, indispensables à nos mesures d'impacts,
- Maîtriser nos risques qualité, en permettant de détecter les écarts de composition, standards et quantités des commandes passées,
- Répondre à diverses réglementations comme la loi AGECE en France, et anticiper certaines obligations à venir comme le Digital Product Passport au niveau européen.

Afin d'améliorer la traçabilité de nos données, nous avons testé en 2024 un nouvel outil auprès de nos 50 plus

importants fournisseurs : Textile Genesis™.

Nous disposions jusqu'à présent d'un outil interne basé sur des saisies des fournisseurs de tier 1 et la vérification de nos équipes. Le nouvel outil intègre une authentification tierce et des vérifications automatiques pour plus de fiabilité. La plateforme Textile Genesis™ permet désormais de récolter des données vérifiées depuis nos fournisseurs de tier 4, à l'origine des fibres utilisées pour fabriquer nos produits, jusqu'aux usines de tissage ou à celles où nos vêtements sont assemblés.

Afin d'accompagner nos fournisseurs sur ce nouvel outil, nous les avons engagés par vagues afin de prendre le temps de capitaliser les bonnes pratiques et de remonter les points d'amélioration de l'outil sur le second semestre 2024. Nous allons embarquer une seconde phase de stabilisation dans l'optique d'avoir la majorité de nos fournisseurs textiles, linges de maison et chaussures dans la plateforme Textile Genesis.

En parallèle, après un premier audit réalisé en 2023, nous avons conduit un nouvel audit Ecocert Greenlife

(numéro de licence 271 316) en 2024. Cette démarche nous permet de certifier nos produits fabriqués à partir de matières issues de l'agriculture biologique et de matières recyclées. Grâce à l'engagement des équipes achats, collections et informatiques, nous sommes désormais en mesure, depuis 2025, de rendre visibles à nos clients les certifications GOTS (Global Organic Textile Standard), OCS (Organic Content Standard), GRS (Global Recycled Standard) et RCS (Recycled Claim Standard) sur les produits concernés, via une étiquette explicative. Enfin, nous sommes également particulièrement vigilants à la traçabilité du coton, qui représente 65 % de nos matières premières. Nous sommes ainsi signataires de l'US Cotton Protocol, qui assure la traçabilité des balles de coton produites sur le territoire américain jusqu'au tier 4. Nous sommes également partenaire d'Oritain, afin de déterminer l'origine géographique du coton que

nous utilisons. Oritain a en effet développé une méthode scientifique basée sur l'analyse biologique de la fibre de coton, permettant de déterminer sa zone de production.

## Les défis à relever

- Améliorer la fiabilité des procédés de collecte des données environnementales des usines de nos fournisseurs.
- Engager nos fournisseurs de tiers 2 et 3, qui représentent la plus grande part de nos émissions carbone.

## Poser les bases de la gouvernance de la data environnementale

Afin de calculer et piloter nos émissions carbone, nous récupérons des données environnementales auprès de nombreux acteurs internes, de nos partenaires et fournisseurs. Afin de fiabiliser la qualité et l'exploitation de ces données, nous avons initié en 2024 un travail de coordination et de mise à disposition des données environnementales et sociales de Kiabi, en commençant par les données liées aux gaz à effet de serre. Après avoir listé les indicateurs existants, les avoir catégorisés et regroupés, nous avons ainsi pu définir 150 indicateurs sous-jacents. L'enjeu est désormais de :

- Définir clairement chacun de ces indicateurs,
- Identifier un responsable de la donnée pour chacun d'entre eux,
- Détailler ces indicateurs sous-jacents avec les données qui les composent, les sources et les règles de calcul associées.

Nous ne sommes qu'au début de cette démarche, des efforts importants sont encore à mener pour avancer sur la data liée en priorité aux indicateurs carbone et à ceux sur lesquels nous devons rendre compte dans le cadre de la prochaine CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive).

## Traçabilité : nos certifications

En 2024, une partie des matières utilisées par KIABI a été certifiées par Ecocert Greenlife 271316 sur les référentiels suivants :



**Organic Content Standard (OCS)**



**Textile biologique  
Global Organic  
Textile Standard (GOTS)**



**Recycled Claim Standard (RCS)**



**Global Recycled  
Standard (GRS)**

### De la conception à la fabrication : plus d'efficacité pour réduire nos émissions

Afin de soutenir la stratégie de conception de produits neufs Kiabi, au-delà de l'activité de fabrication, nous travaillons avec nos fournisseurs pour améliorer l'efficacité des procédés de fabrication au service d'un meilleur impact environnemental et d'une maîtrise des coûts de production.

Nous agissons ainsi à travers différents projets :

→ Accompagner nos fournisseurs dans la mise en oeuvre de procédés industriels plus efficaces, ainsi plus économes en termes de coûts et aussi de carbone,

→ Impliquer nos fournisseurs dans nos ateliers « Design for the future », des moments de co-création avec nos équipes de conception, pour repenser les méthodes de conception de produits iconiques afin d'en réduire le coût monétaire et l'impact environnemental,

→ Travailler en production à l'efficacité du placement des matières en coupe, pour limiter les chutes de production via le logiciel Shape Shifter.

En complément, nous avons également collaboré en 2024 à différentes initiatives destinées à nourrir nos réflexions sur les enjeux d'efficacité en production pour gagner sur les enjeux environnementaux, avec l'Université de Cambridge en Angleterre, ou le collectif Paris Good Fashion.



### Les défis à relever

→ Accompagner le recours à des énergies moins impactantes avec un travail indispensable sur l'efficacité et la sobriété énergétique.



**Terry Broderick,**  
leader opérations / services techniques et approvisionnements.  
**KIABI**

## « Une nouvelle forme de relation avec nos fournisseurs. »

« Mon rôle est de travailler avec nos fournisseurs et nos équipes de conception pour faire mieux ensemble, soutenir la Vision Kiabi et notre démarche pour aller vers l'éco-conception de nos produits. Pour engager et accompagner nos fournisseurs sur ces sujets, il s'agit d'aller au-delà de la relation commerciale, et de rentrer dans une vraie relation partenariale, de comprendre comment nous pouvons les aider sur ces enjeux complexes. C'est un vrai changement dans la manière d'aborder la relation avec eux. Cette

approche nous permet par exemple d'identifier toutes les bonnes pratiques dans chaque pays pour pouvoir ensuite les partager à nos différents fournisseurs, mais aussi de les inclure dans nos réflexions à travers des ateliers pour améliorer la conception de nos produits. »

## Décarboner nos transports et notre logistique

Après une première phase de construction de nos stratégies environnementales transports entre 2021 et 2024 — grâce notamment à Fret 21, un programme d'engagement volontaire des acteurs du transport sur les enjeux climat — nous avons entamé en 2024 une seconde phase pour accélérer la décarbonation de notre chaîne d'approvisionnement. L'enjeu était également de réaligner nos objectifs avec la nouvelle Vision Kiabi. C'est pourquoi nous avons choisi de nous réengager dans le programme Fret 21 pour trois ans, en y associant cette fois-ci le transport lié à nos activités e-commerce. En complément nous avons investi dans un nouvel outil, Sightness, qui nous permet de calculer et piloter les émissions carbone relatives au transport. Ce même outil pourra nous servir d'ici fin 2025 à informer nos clients de l'impact de leur choix de livraison lorsqu'ils passeront leur commande sur le site Internet Kiabi. Malgré nos efforts sur la partie transport, notre bilan carbone 2024 sera néanmoins impacté par la suspension

des opérations maritimes par le Canal de Suez décidé par de nombreux armateurs face aux risques rencontrés sur cette zone géographique. Le détour mis en œuvre pour rallier l'Asie à l'Europe via le cap de Bonne Espérance a ainsi augmenté de 50 % les émissions carbone liées au transport par bateau. Cette situation, rallongeant le temps de transport, nous a contraint à augmenter notre recours au transport aérien pour acheminer, dans les temps, certains produits vers nos entrepôts.

### ↳ Les défis à relever

- Développer des solutions pour la livraison du dernier kilomètre.
- Industrialiser nos flux « reverse » pour accompagner la diversification de l'offre Kiabi et l'offre de seconde main.
- Développer les opportunités liées à notre omnicanalité, en mutualisant certains flux magasins et e-commerce.

## Renoncer aux livraisons express

Notre forte volonté d'agir pour réduire nos émissions liées au transport nous a conduit à certains renoncements, comme celui de proposer à nos clients des formes de livraisons express, très émettrices en termes de carbone. En parallèle nous expérimentons des solutions pour garantir un délai de livraison rapide pour nos clients tout en minimisant considérablement l'impact carbone transport de leurs commandes.

Nous avons ainsi choisi de favoriser des alternatives comme :

- La **livraison locale** hors domicile, avec de nouvelles solutions comme Pick Me, un réseau de voisins relais, ou Qomod, un service de lockers de proximité,
- Des **solutions collaboratives** comme WePost!, qui permet à des voyageurs utilisant le train entre Lille et Marseille de transporter les colis de nos clients,
- La **livraison à vélo** pour nos clients de la région parisienne.



## Faits marquants 2024

- Réengagement en 2024 et pour 3 ans dans le programme **Fret 21**.
- Acquisition d'un **nouvel outil de calcul** des émissions carbone dans le transport pour le e-commerce.
- **Forte augmentation de la part du transport multimodal** pour nos flux intersites, passant de 43 % en 2023 à 68 % en 2024.
- 57 % des magasins français livrés par des camions utilisant des **énergies alternatives**, comme les **biocarburants**.
- 92 % des conteneurs acheminés entre les ports et nos entrepôts du Nord sont transportés en **solutions transport bas carbone** (transport multimodal ou biocarburants).



### Décarboner nos sites et nos magasins

Les enjeux environnementaux liés à nos sites se situent sur deux plans : leur construction et leur exploitation. Sur la partie construction, après deux ans de travail sur la stratégie environnement, notre filiale foncière Etixia s'est dotée d'un comité environnemental, permettant de définir et d'analyser les premières grandes actions liées à la mise en oeuvre de cette stratégie. Etixia a par exemple lancé en 2024 un premier suivi de ses émissions carbone à travers la mise en place d'analyses de cycle de vie sur tous les projets de construction. Ce travail permet notamment de collecter des données sur l'exploitation des bâtiments, qui pourront être utiles aux locataires. Les solutions pour réduire les émissions carbone du bâti reposent également sur des choix de matériaux moins impactants, comme ceux de la filière sèche ou le bois,

et l'amélioration des techniques de mise en oeuvre. En 2024 pour la première fois, nous avons par exemple utilisé un isolant issu de la filière de réemploi du textile, le Métisse®, dans l'un de nos projets de rénovation au magasin de Saint-Martin-lez-Boulogne en France. Nous avons ainsi été le premier acteur à expérimenter cette solution initiée par les relais Emmaüs.

En complément, nous agissons également sur l'exploitation de nos magasins, en travaillant principalement sur les économies d'énergies pour réduire nos émissions carbone :

- Utilisation de lampes LED en magasin, pour réduire de 50 % nos consommations d'électricité,
  - Pilotage à distance via des programmes horaires des éclairages, climatisation et chauffages de nos magasins, pour contrôler et réguler des justes consommations,
  - Réemploi de mobiliers, d'éclairages ou d'enseignes.
- Nous testons actuellement un flux logistique afin de créer un stock de mobilier de seconde main à Amiens, auprès duquel les magasins pourront directement passer leurs commandes.

« Nos équipes en magasins sont très réceptives et sensibles à ces aménagements, car elles perçoivent très rapidement les gains environnementaux et économiques que ces actions peuvent générer », souligne **Isabelle Virenque, directrice technique magasins & succursales France.** ■

### ↳ Les défis à relever

- Déployer notre offre de produits d'aménagement de seconde main et l'élargir à des matériaux de construction comme le carrelage par exemple.

### Faits marquants 2024

- -7 % de consommation d'énergie sur les magasins français (succursales).
- Utilisation d'un premier matériau isolant issu d'une filière de réemploi du textile dans la rénovation de notre magasin de Saint-Martin-lez-Boulogne en France.
- Création d'un comité environnemental au sein de notre filiale foncière Etixia.
- Intégration des indicateurs environnementaux d'Etixia dans les accords négociés avec ses banques.



## 3. Réduire l'utilisation de l'eau et sa pollution

**En plus des émissions carbone, les impacts environnementaux du secteur de la mode sur l'eau sont majeurs. Ils trouvent principalement leur origine dans les cultures des fibres naturelles, qui utilisent l'eau via des systèmes d'irrigation tout au long du développement de la plante, mais aussi dans les procédés de fabrication mis en place dans les usines de nos fournisseurs, qui nécessitent beaucoup d'eau pour la teinture des vêtements par exemple. Chez Kiabi, nous sommes particulièrement conscients de cet enjeu puisque le coton, très consommateur en eau lors de sa culture, représentait à lui seul 65 % de nos tonnages en 2024.**

### Notre bilan eau

En 2024, en raison de l'augmentation de la production et de la vente de nos quantités de produits de première main, notre bilan eau se révèle à la hausse : Notre consommation nette d'eau douce était de 176 millions de m<sup>3</sup>. Notre objectif, à 2035, est de réduire de 40 % cette consommation par rapport à 2022. Néanmoins grâce à des choix plus judicieux de matières premières et à l'amélioration de procédés de lavage, nous avons réduit le volume d'eau moyen nécessaire pour la fabrication des produits.

Nos principaux leviers d'action pour réduire ces impacts consistent à :

- Faire appel à des cultures moins consommatrices d'eau,
- Utiliser des matières recyclées, comme le coton recyclé, pour limiter l'utilisation de matières naturelles vierges,
- Accompagner nos fournisseurs dans la mise en place de procédés de fabrication moins consommateurs en eau,
- Développer l'offre de seconde main pour éviter les impacts liés à l'exploitation et la transformation de ressources vierges.

### Réduire nos consommations d'eau

Afin de réduire nos consommations d'eau, nous développons le recours à des procédés industriels moins consommateurs grâce aux actions suivantes :

**→ Le délavage et le pré-lavage :** sur 91 % des denims Kiabi, nous utilisons des procédés de délavage et de lavage ayant permis d'économiser 993 millions de litres d'eau par rapport à un lavage ou délavage conventionnel.

Cette technique est soumise à quatre critères : la réalisation d'un audit environnemental dans l'usine concernée, la réduction des substances chimiques utilisées lors du délavage ou du pré-lavage (normes REACH et AFIRM), l'utilisation de technologies pour réduire la consommation d'eau (définies par notre équipe en charge des procédés industriels) et enfin l'attribution d'un score calculé via le logiciel Environmental Impact Measurement (EIM). L'objectif est d'étendre ce procédé à l'ensemble des produits délavés et pré-lavés Kiabi.

**→ Le non-teint :** aucun blanchisseur ni aucun colorant n'est utilisé dans le procédé. Un produit non teint permet d'économiser une quantité importante d'eau douce.

### Lutter contre la pollution chimique de l'eau

L'utilisation de substances chimiques pour la fabrication de nos produits nécessite une approche extrêmement responsable, afin de maîtriser les risques de pollutions de l'eau et de l'environnement, et de préserver la santé des ouvriers qui fabriquent nos produits et des familles qui les utilisent. Cet enjeu est une priorité pour Kiabi. C'est pourquoi nous nous alignons sur les législations internationales cadrant l'utilisation de ces substances lors de la fabrication des produits ou sur le produit fini, comme la réglementation européenne REACH. Nous travaillons également avec de nombreux acteurs majeurs de la distribution, comme l'initiative AFIRM, (Apparel and Footwear International RSL Management), à la mise à jour de la liste des substances restreintes (RSL).

Dans le cadre de notre démarche d'amélioration continue, et pour agir directement sur notre chaîne d'approvisionnement, nous sommes également devenus

en 2024 signataires de l'organisation ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemical). Ce programme vise l'objectif ambitieux de « zéro rejet de produits dangereux », afin de réduire les impacts sur l'eau et la biodiversité.

Notre engagement dans le programme Roadmap to Zero de ZDHC va nous permettre un contrôle encore plus rigoureux de la gestion et de l'usage des substances chimiques tout au long de la production. L'objectif est de poursuivre notre démarche de diminution d'impact environnemental afin de maîtriser, contrôler et limiter la pollution de l'eau et de l'air lors de nos processus de fabrication, et d'aller au-delà des réglementations en vigueur (notamment REACH). Depuis plusieurs années, nous n'avons réalisé aucun rappel produit pour cause de non-conformité chimique.



### Une garantie optimale pour nos produits avec la certification OEKO-TEX® STANDARD 100

**Afin de garantir une innocuité maximale vis-à-vis du risque chimique,** Kiabi s'appuie sur la certification OEKO-TEX® STANDARD 100. En 2024, 68 % de l'ensemble de nos produits bénéficient de cette certification, dont plus de 88 % des produits de notre gamme bébé, soit une hausse de 55 % par rapport à 2023.

Pour les sous-vêtements de cette même gamme, Kiabi va jusqu'à atteindre un taux de certification de 99,56 % par OEKO-TEX® STANDARD 100. En 2024, nous avons également étendu le périmètre en certifiant nos produits conçus avec des fibres recyclées. L'enjeu est de poursuivre le déploiement de cette certification sur une majorité de nos produits, et d'envisager la certification OEKO-TEX® pour nos produits en coton issu de l'agriculture biologique dès 2025.

## Lutter contre la pollution plastique et liée aux microfibres

Dans l'industrie de la mode, la pollution aux plastiques et aux microfibres est due au relargage dans les eaux utilisées lors des procédés de fabrication et dans les eaux utilisées lors de l'entretien des vêtements (lavage). La pollution plastique a pour origine l'utilisation de matières synthétiques issues du pétrole dans la fabrication de nos produits, comme le polyester. La pollution aux microfibres concerne l'ensemble des fibres que nous utilisons, synthétiques et naturelles. Nous réfléchissons avec nos équipes qualité et nos fournisseurs à des actions permettant de réduire ces pollutions. ■

### ↳ Les défis à relever

- Capitaliser sur les matières recyclées pour éviter le recours à des fibres vierges dont la culture demande beaucoup d'eau.
- Avoir recours à des matières naturelles issues de culture moins consommatrice en eau.
- Engager nos fournisseurs sur des actions plus poussées concernant l'utilisation de la ressource en eau et le traitement des eaux usées.

## Faits marquants 2024

- 176 M m<sup>3</sup> de consommation nette d'eau douce.
- 0 rappel produit auprès de nos clients pour risque chimique.
- 99,56 % des sous-vêtements bébés labellisés OEKO-TEX® standard 100
- Intégration dans le programme Roadmap to Zero de ZDHC.
- 94 usines travaillant avec Kiabi engagées avec ZDHC.



## 4. Intégrer et réparer nos impacts sur la biodiversité et les sols

Parce que la production de fibres textiles a de lourdes conséquences sur les terres agricoles et sur le vivant, nous mesurons notre occupation des sols et développons des expérimentations en faveur d'une agriculture plus raisonnée et plus soucieuse de la préservation de la biodiversité.



### Notre bilan sur le taux d'occupation des sols

En 2024, notre occupation des sols était de 90 000 hectares. L'enjeu pour agir sur cet impact réside principalement dans la réduction de l'emprise au sol des cultures nécessaires à la production des fibres textiles. Aujourd'hui, les fibres naturelles utilisées par Kiabi et qui impactent ce taux sont :

- Le coton, qui représente à lui seul 65 % de nos tonnages,
- Le lin,
- Le chanvre.

### Soutenir des pratiques agricoles plus raisonnées

Afin de réduire les impacts liés à la culture du coton, très consommatrice d'eau et de pesticides dans son approche conventionnelle, nous développons l'utilisation de :

- Coton issu de l'agriculture biologique. Ce type de culture n'utilise pas de graines modifiées génétiquement ni d'engrais synthétiques et développe une irrigation raisonnée.
- Coton en conversion, afin de soutenir les agriculteurs dans leur transition entre l'agriculture conventionnelle et l'agriculture biologique.



Afin de contribuer au développement de cette offre, nous avons rejoint en 2021 l'initiative Organic Cotton Accelerator (OCA), qui a pour but d'accompagner le développement d'une offre de coton biologique mondiale en engageant l'ensemble des acteurs de la filière textile, des fermiers aux industriels.

Depuis 2024, nous avons renforcé cet engagement en siégeant au conseil d'administration d'OCA. « L'idée est de s'engager sur le long terme auprès de ce partenaire, en augmentant d'année en année nos achats de coton issu de l'agriculture biologique et en conversion », insiste **Virginie Cayzelle, leader matières Kiabi**, « En 2024 nous avons ainsi doublé nos engagements. Cet investissement des marques est essentiel pour accompagner le développement de l'offre et rassurer

les fermiers. La science prouve désormais les bénéfices de l'agriculture régénérative, sur la biodiversité mais également sur les rendements, ce qui permet d'améliorer l'occupation des sols. »

Nous prévoyons de contribuer en 2025, avec OCA, à une expérimentation destinée à mieux mesurer nos impacts sur les sols et la biodiversité, en réalisant un pilote pour élaborer une analyse de cycle de vie à l'échelle d'une parcelle de champs. Les résultats de ce test nous seront partagés au premier semestre 2025.

Le coton issu de l'agriculture biologique et le coton en conversion représentent aujourd'hui 38 % du coton vierge que nous utilisons pour la fabrication de nos produits.

## Restaurer les écosystèmes forestiers et favoriser une agriculture régénératrice<sup>1</sup>

Afin d'aller plus loin dans la gestion de nos impacts sur les sols et la biodiversité, nous expérimentons depuis 2020, en collaboration avec Reforest'Action, des projets qui intègrent des solutions basées sur la nature d'une part grâce au soutien à la régénération d'écosystèmes forestiers dans plusieurs pays depuis 2020, d'autre part avec un projet d'agriculture régénératrice incluant une approche socio-économique qui bénéficie également aux fermiers concernés.

Après un premier pilote en 2023, nous avons accéléré en 2024 nos actions pour agir sur notre chaîne de valeur. Nous avons ainsi engagé une expérimentation sur 25 hectares au sein de la coopérative agricole Pratima en Inde, membre du réseau OCA (Organic Cotton

Accelerator) dont nous sommes partenaire. Ce pilote doit permettre de :

- Varier les espèces végétales présentes, via la plantation d'arbres dans les cultures de coton, avec l'objectif de diversifier les revenus des fermiers et de réduire les risques économiques liés à la fluctuation des marchés,
- Intégrer des espèces fruitières, qui bénéficient aux populations locales et procurent un revenu supplémentaire aux fermiers,
- Produire des biofertilisants ou biopesticides en utilisant les essences plantées,
- Contribuer à préserver le capital naturel des sols, augmenter leur capacité de rétention d'eau et lutter contre l'érosion.

L'objectif est de poursuivre ce type d'expérimentation, et de proposer en 2025 un modèle économique pour un éventuel passage à l'échelle. ■

\*Mise en œuvre des quatre principes de l'agriculture régénératrice : rotation des cultures, pas ou peu de labours, couverture des sols, agroforesterie.

## Intégrer les enjeux biodiversité à la construction de nos sites

En complément de la gestion de nos impacts en lien avec les matières, nous intégrons également les enjeux biodiversité dans la construction et l'exploitation de nos sites. Notre filiale foncière **Etixia** a ainsi introduit dans ses projets le CBS, un coefficient qui intègre la proportion de surfaces favorables à la biodiversité. En complément, Etixia a lancé en septembre 2024 **une mission sur les enjeux biodiversité avec la société ARP Astrance**. L'objectif est de pouvoir monitorer les niveaux de végétalisation et de naturalisation des sites, et de mener un audit pour cartographier les principaux risques en termes de biodiversité et de climat.

## Faits marquants 2024

- Kiabi devient **membre du conseil d'administration** de l'initiative Organic Cotton Accelerator (OCA).
- Expérimentation des quatre grands principes de **l'agriculture régénérative\*** avec notre partenaire Reforest'action, sur 25 hectares dans les champs de culture du coton utilisé pour la fabrication de nos produits, au sein de la coopérative agricole Pratima en Inde.

## Les défis à relever

- Lancer en 2025 avec OCA un pilote pour élaborer une analyse de cycle de vie à l'échelle d'une parcelle de champs,
- Étendre les expérimentations menées avec Reforest'action à une seconde coopérative agricole,
- Mesurer les bénéfices concrets sur la régénération des sols par des analyses scientifiques.



## 5. Repenser l'utilisation des ressources et la circularité de notre offre

Afin de répondre aux enjeux identifiés grâce à nos bilans carbone, eau et occupation des sols, nous questionnons notre offre et notre modèle d'affaires, en engageant dans cette démarche nos équipes, nos fournisseurs, nos clients et l'ensemble de la filière textile.



### Repenser notre offre de première main

Les activités nécessaires à la fabrication de nos produits de première main, de l'extraction des matières premières aux procédés de fabrication, représentent 72,8 % soit la plus grande part de nos impacts sur l'environnement dans notre modèle commercial actuel. Nous devons donc agir en priorité pour réduire l'impact de la fabrication de nos articles neufs. Nous actionnons pour cela quatre leviers :

- Construire un assortiment de première main au plus juste pour répondre aux besoins de chaque marché, en optimisant la structure, la largeur de l'offre et le nombre de références,
- Développer une stratégie de désaisonnalisation, avec des gammes de couleurs, de matières, de motifs permettant de porter les produits saison après saison sans se lasser,
- Animer une stratégie de conception avec des objectifs ambitieux sur les typologies, les tonnages de matières premières et les procédés de fabrication moins impactants sur l'environnement (voir « Vers une démarche d'éco-conception »),
- Garantir la qualité de nos produits et concevoir des produits plus durables physiquement dans le temps.

### Penser la désaisonnalisation de notre offre

Alors que l'industrie de la mode nous a habitués à un renouvellement des tendances de plus en plus rapide et fréquent, nous avons choisi de mettre en oeuvre une approche plus désaisonnalisée sur une partie de notre offre. Cette approche s'appuie sur :

- Un socle de gamme de couleurs désaisonnalisées,
- L'utilisation du non teint pour tous les coloris écrus,
- Le développement de produits astucieux qui peuvent être portés sur différentes saisons ou par différents membres de la famille : pyjamas évolutifs pour grandir avec l'enfant ou se transmettre au reste de la fratrie, bodys bébé évolutifs avec deux rangées de pression, manteaux réversibles ou avec manches amovibles pour

être portés plus longtemps.

→ Un focus sur les familles de produits les plus portées tout au long de l'année et des saisons : tee-shirt, jeans, pyjamas...

→ Un parti pris sur les tendances alignées avec les enjeux de désaisonnalisation. Nous avons par exemple choisi de suivre une des grandes tendances de 2024, le retour de la jupe en jeans midi, car ce type de produit peut aussi bien se porter en été qu'en hiver.

« Cette stratégie est particulièrement stimulante car elle nous demande de faire des choix dans les tendances émergentes, d'avoir des partis pris qui donnent de l'aspérité et de la force à notre identité de marque, tout en respectant notre ambition à proposer des gammes de produits intemporels », souligne **Lindsay Wattlelos, leader du style Kiabi.**





**Julie Silvert,**  
leader de l'offre et merchandising.  
**KIABI**

## « Garantir par notre offre des émotions durables dans le temps. »

« L'évolution de notre offre, pour atteindre nos objectifs environnementaux, repose sur différents leviers. Nous travaillons tout d'abord sur l'assortiment, dans l'objectif de réduire de 25 % notre largeur d'offre dans les trois ans\*. L'enjeu est de lutter contre les doublons et surtout d'affirmer des partis pris avec un socle puissant de produits permanents, faits pour durer saison après saison. Nous développons également le travail sur le choix des matières, avec l'objectif de 100 % de matières moins impactantes pour l'environnement dans tous nos produits d'ici 2035, tout en développant des procédés industriels moins polluants comme le non teint. Nous avons également un enjeu fort sur la désaisonnalisation de notre offre, avec des matières, des couleurs, des imprimés qui doivent garantir des émotions durables dans le temps. Nous avons ainsi lancé une gamme de produits « Essentiels », des produits

icônes pour lesquels nous cherchons le meilleur équilibre dans le rapport qualité/prix/style/durabilité.

Les défis à relever sont encore nombreux : penser la deuxième ou troisième vie du produit dès la conception de la première main, en investissant par exemple dans des matières plus lourdes qui peuvent être transmises dans la famille ; penser la recyclabilité avec la mono-composition et le juste niveau d'accessoires sur nos produits ; développer notre approche en termes de R&D pour avancer sur l'utilisation de matières moins impactantes et sur les sujets de circularité...

L'enjeu est de trouver le bon équilibre avec la rentabilité pour continuer à investir dans ces démarches de réduction d'impact, crâner le niveau d'exigence tout en maintenant un positionnement prix accessible aux familles. »

\* -25 % entre 2025 et 2027 sur les produits textiles de première main hors diversification.

## Améliorer la durabilité physique des produits

La durabilité physique de nos produits est un des leviers pour réduire notre impact environnemental. Des vêtements qui durent se remplacent moins, se transmettent ou se revendent en seconde main, évitant ainsi de produire à nouveau un vêtement neuf et de consommer des ressources nécessaires à sa fabrication.

Dès 2019, nous avons lancé la démarche Best In Class pour améliorer la qualité physique de nos vêtements et donc leur durée de vie. Nous testons nos produits et les comparons à des produits de marques entrée, moyen et haut de gamme pour identifier nos points forts et aussi nos points faibles.

Nous pouvons alors prioriser les améliorations à apporter à nos produits comme :

- L'utilisation de la technique Archroma Dyes pour augmenter la longévité de nos couleurs,
- L'implémentation d'un traitement Tough Cotton™ pour limiter le boulochage lavage après lavage, ce sont ainsi



1 587 945 pièces textiles qui ont été concernées par ce traitement, essentiellement des tee-shirts, pantalons et shorts.

→ L'optimisation de la composition fibreuse et du poids de la matière pour maîtriser la déformation du produit dans le temps.

Pour aller plus loin, en 2022, nous avons rejoint le groupe de travail Durhabi mené par l'IFTH (Institut Français du Textile et de l'Habillement,) qui a rendu ses premières conclusions en 2024. Cette étude d'ampleur a regroupé plus de 75 marques françaises de prêt-à-porter et de sport dans le but de trouver la meilleure façon d'estimer et de mesurer la durabilité physique d'un vêtement, c'est-à-dire sa capacité à assurer sa fonction le plus longtemps possible. Ces travaux, basés sur des tests effectués en laboratoires, ont vocation à influencer les discussions européennes sur le sujet. Nous avons déjà commencé à nous aligner sur les exigences à venir et améliorons la durabilité de nos produits pour nous préparer à la publication de la note européenne de durabilité. Cette note, inclut un multiplicateur lié à la durabilité physique, l'IDM (Intrinsic Durability Multiplier), calculé sur la base de tests laboratoires. Kiabi suivra le pourcentage de produits dont l'IDM est supérieur à 1 dès 2025, soit le niveau fixé par le futur passeport numérique des produits à l'échelle européenne, puis augmentera son exigence d'année en année.

En complément, nous avons également augmenté le nombre de références déclarées à l'éco-modulation ReFashion, l'éco-organisme français de la filière textile, linge de maison et chaussure, qui a défini un cahier des charges durabilité. En 2023, 233 références avaient été validées par ReFashion. En 2024, ce sont 704 références qui ont été validées sur des critères de durabilité physique, soit plus de 14 millions de pièces. La conformité de nos produits à ce cahier des charges nous donne une indication sur la durabilité de nos produits. Dans les années à venir, nous souhaitons augmenter le nombre de références déclarées et acceptées par ReFashion.



### Faits marquants 2024

- Participation au **groupe de travail Durhabi** mené par l'Institut Français du Textile et de l'Habillement, sur les critères et la mesure de la durabilité physique des produits textiles.
- **874** références déclarées à l'éco-modulation **ReFashion** sur des critères de durabilité physique.



### Vers une démarche d'éco-conception globale et complète

Afin de réduire les impacts environnementaux liés à la conception de nos produits neufs, nous développons une stratégie qui intègre les principes de l'éco-conception. Nous avons ainsi défini cinq niveaux d'actions, qui

couvrent l'ensemble du cycle de vie du produit, nous permettant de tracer le chemin vers l'éco-conception de notre offre de première main, depuis l'utilisation de matières premières moins impactantes sur l'environnement à l'intégration des enjeux de fin de vie.

En 2024, ce sont ainsi 9 % des produits textiles achetés pour nos collections Eté/Hiver 2024 qui ont été conçus avec des matières premières et des procédés de fabrication moins impactants pour l'environnement, alors que nous étions à 6 % en 2023. Si nous avons développé le recours au coton issu de l'agriculture biologique (20,7 % des tonnages utilisés en 2024 contre 7,9 % en 2023) ou l'usage de matières recyclées (15,8 % des tonnages utilisés en 2024 contre 10,4 % en 2023), nous avons réduit la part de nos produits en mono-composition en 2024 (40 % de nos produits textiles) par rapport à 2023 (46 % de nos produits textiles).

Concernant les procédés de fabrication, nous avons principalement développé la conception de produits non teints, une technique qui évite les étapes de blanchiment et de teinture : en 2024, c'est ainsi 1 891 707 pièces textiles non teintées qui ont été fabriquées, contre 252 001 pièces textiles en 2023, soit 7,5 fois plus de quantités. Nous avons également développé l'utilisation de colles à base d'eau pour la fabrication de nos chaussures.

En 2024, nous avons travaillé nos objectifs pour aller vers une démarche d'éco-conception globale et complète de notre offre de première main en 2025, en développant le travail sur les matières premières, les procédés de fabrication moins impactant et les questions liées à l'usage et la fin de vie des produits. Ce travail a bénéficié du soutien des équipes de contrôle de gestion et datas, afin de développer des reportings pour monitorer ces nouveaux critères de conception.

## Notre démarche en cinq étapes pour aller vers l'éco-conception.

### 1 MATIÈRES PREMIÈRES



Utilisation d'un **minimum de matières** à impact environnemental réduit (voir p.35 pour la liste des matières).

### 2 PROCÉDÉS DE FABRICATION



Recours à des procédés de fabrication **moins énergivores, moins consommateurs d'eau** ou **moins impactants** sur l'environnement (voir p.25 pour la liste des procédés industriels).

### 3 ANIMATION DES FOURNISSEURS DE CONFECTION



Animation des **usines de fournisseurs de confection** sur les enjeux de changement climatique, de la consommation d'eau, de la gestion des déchets, de l'occupation des sols, de la biodiversité et de certification. Les fournisseurs doivent justifier, à minima, d'une note A ou B sur leur audit social.

### 4 ANIMATION DES FOURNISSEURS DE TIERS 2 ET 3



Animation des fournisseurs de **tiers 2 et 3** sur les enjeux de changement climatique, de la consommation d'eau, de la gestion des déchets, de l'occupation des sols, de la biodiversité et en termes de certification. Les fournisseurs doivent justifier, à minima, d'une note A ou B sur leur audit social.

### 5 USAGE ET FIN DE VIE DU PRODUIT



Actions renforçant la **durabilité physique** du produit ou sa **recyclabilité**.

## Sensibiliser nos équipes à la démarche d'éco-conception

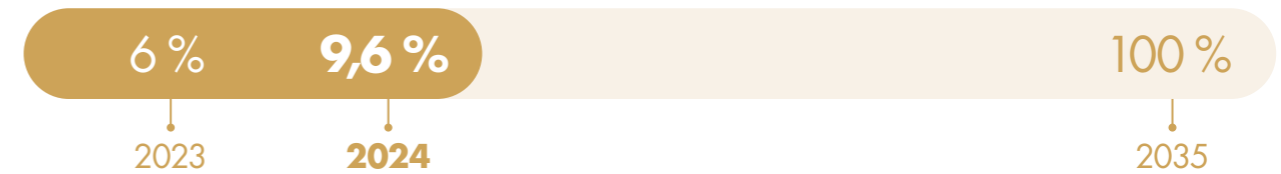
Afin d'animer notre stratégie de conception sur les enjeux environnementaux, nous avons mené en 2024 deux actions majeures de sensibilisation:

- Organisation d'une journée de **formation « Eco Day »** pour l'ensemble des équipes travaillant sur la conception de nos produits. La moitié de la journée était dédiée à des conférences (indicateurs environnementaux, durabilité, management des produits chimiques...) et l'autre à des ateliers thématiques sur des sujets comme le recyclage, la traçabilité ou à un module de simulation de score environnemental,
- Animation d'une **fresque du textile** en interne auprès des nouveaux arrivants dans les équipes collections aux services centraux, pour mettre chacun à niveau,
- **Formations de nos équipes de production** sur la démarche multi-étapes et multicritères au service de la baisse d'impact environnemental, en Inde, au Bangladesh, en Chine et à Hong Kong.



## Performance 2024

Part de nos articles textiles achetés conçus avec des matières premières et des procédés de fabrication moins impactants pour l'environnement (voir le tableau « Cinq étapes pour aller vers une démarche d'éco-conception » ) :



**87 %** de nos produits fabriqués avec des matières moins impactantes pour l'environnement.

**9 %** de nos produits ayant bénéficié d'un procédé de fabrication moins impactant sur l'environnement.

## Faits marquants

- Organisation d'un atelier **« Design for the future »** en Inde, avec nos fournisseurs et notre équipe achat, pour identifier des solutions de durabilité physique, de réduction d'impact environnemental et d'optimisation des coûts.
- Développement des **synergies externes**, avec par exemple la Participation aux groupes de travail « chaussures » et « lingerie » de ReFashion, l'éco-organisme français de la filière textile d'habillement, linge de maison et chaussure. En complément nous participons également au groupe de travail « éco-conception » d'Acts and Facts, une initiative née de l'écosystème des entreprises de l'Association Familiale Mulliez.

## Les défis à relever

- Développer des actions pour aller vers une démarche d'éco-conception sur les chaussures et les accessoires.
- Réduire l'utilisation des fibres conventionnelles.
- Monitorer nos objectifs au plus proche de la décision, pour permettre aux chefs de produits d'intégrer les impacts environnementaux dès la conception du produit.

## Garantir la qualité de nos produits

La qualité est un enjeu majeur pour assurer la satisfaction de nos clients et garantir que les produits achetés couvrent bien leurs besoins. Notre service qualité pour les produits de première main, travaille dès la réception des commandes en entrepôts sur le sol européen, jusqu'à l'écoute de toutes les remontées clients. Dans tous nos pays, sur les canaux e-commerce ou magasins, nous analysons les différentes données sur les taux de retour. Nous étudions également avec attention les commentaires laissés par nos clients sur le site web de Kiabi. En complément, nous engageons nos équipes, avec la communauté Viva Engage, qui permet à 1 900 collaborateurs de remonter des problèmes qualités, essentiellement issus des magasins. L'ensemble de ces remontées conduit à des investigations et des contrôles, représentant en moyenne 250 requêtes par saison. Les conclusions des enquêtes sont utilisées dans notre processus d'amélioration continue : en collaboration avec les équipes internes concernées et nos fournisseurs, nous

identifions les causes racines du problème et implémentons un plan d'action correctif. Nous faisons évoluer nos bonnes pratiques de fabrication et d'inspection pour limiter le risque d'apparition du même défaut chez d'autres fournisseurs. Nous disposons pour cela d'équipes dédiées au suivi qualité avec nos fournisseurs en Inde, au Bangladesh, en Chine, en Turquie et au Cambodge pour être au plus près des usines.

Ce lien étroit nous permet de développer un partenariat de confiance avec nos fabricants et d'harmoniser les bonnes pratiques de fabrication et d'inspection sur tout notre parc fournisseur. L'objectif est de limiter les risques d'apparition de défauts connus et de non-conformité des produits avant leur expédition mais aussi d'optimiser l'utilisation des ressources et de limiter les pertes.

## Faits marquants 2024

En 2024, le taux de retour des **produits Kiabi** était de **3,09 %** :

- Les deux tiers des retours sont liés à une décision du client ne concernant ni le taillant ni la qualité du produit,
- Une partie des retours concerne la taille des produits. Les vêtements retournés sont alors remis en rayon,
- Une autre partie des retours concerne un problème qualité sur un produit défectueux (problème au lavage, accessoire cassé, trou...).

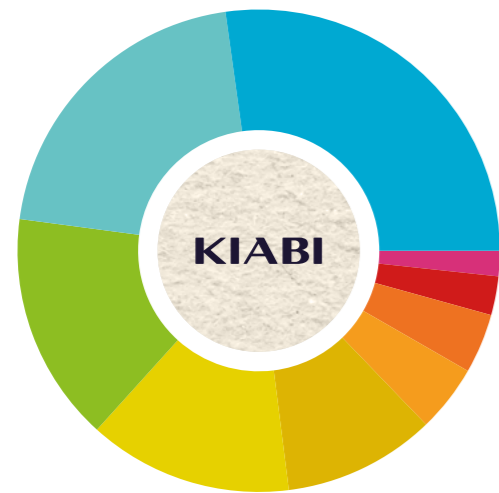
Le taux de retour des **produits défectueux** était en **2024 de 0**.

## La certification ISO 9001 2015

La qualité des produits passe aussi par l'excellence opérationnelle. Nous avons donc renforcé notre démarche d'amélioration continue en 2024 en obtenant la certification ISO 9001 : 2015 : Systèmes de management de la qualité pour notre entité d'achat et de suivi de production, à Hong Kong. Cette certification sera étendue d'année en année à nos autres entités partout dans le monde.

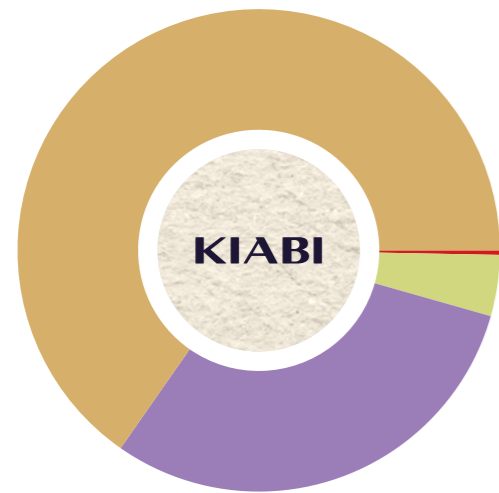


## La répartition des fibres à impact environnemental réduit



- Fibres conventionnelles : **27,2 %** (44,7 % en 2023)
- Coton issu de l'agriculture biologique : **20,7 %** (7,9 % en 2023)
- Coton Better Cotton Initiative (BCI) : **15,4 %** (32,5 % en 2023)
- Coton US : **13,7 %**
- Polyester recyclé : **10,2 %** (7,7 % en 2023)
- Coton recyclé : **4,5 %** (2,4 % en 2023)
- Coton issu de fermes en conversion vers l'agriculture biologique : **4 %** (2,4 % en 2023)
- TENCEL™ Modal, TENCEL™ Lyocell et LENZING™ ECOVERO™ : **2,6 %** (1,7 % en 2023)
- Autres fibres moins impactantes (lin, chanvre, acrylique recyclé, polyamide recyclé, laine, etc.) : **1,7 %** (0,7 % en 2023)

## La répartition de la typologies de fibres utilisées par Kiabi



- Fibres naturelles : **65,3 %**
- Fibres synthétiques : **30,3 %**
- Fibres cellulosiques : **4,1 %**
- Matières animales : **0,3 %**

### Optimiser l'utilisation des ressources et des matières

Afin de réduire les tonnages des matières premières utilisées dans la conception de nos produits neufs, nous travaillons tout au long de l'année avec nos équipes en

charge des collections, nos bureaux de production et nos fournisseurs à la recherche de nouvelles solutions. Nous développons ainsi :

→ L'utilisation de matières premières recyclées, qui représentent aujourd'hui 15,8 % de nos tonnages utilisés (principalement polyester et coton). Notre objectif est

d'arrêter toute utilisation du polyester vierge pour du polyester recyclé à horizon 2026.

→ La standardisation et la limitation du nombre de matières : avec l'objectif de réduire le nombre de matières que nous utilisons, en favorisant les matières les moins impactantes sur l'environnement. Nous avons ainsi organisé un atelier avec nos fournisseurs en 2024 pour réfléchir à la réduction des matières sur les produits en maille lourde.

Nous sommes ainsi passés de 31 matières pour la maille lourde pour les collections hiver 2024 à 17 matières pour les collections 2025, soit une baisse de 45 %.

### Engager nos clients grâce à l'information volontaire

Afin de soutenir le travail sur notre offre de produits de première main, et d'éclairer nos clients sur l'impact

environnemental de leur achats habillement, nous avons pris part en 2024 au groupe de travail sur l'affichage du coût environnemental textile, initié par le ministère de l'aménagement du territoire et de la transition écologique. L'affichage du coût environnemental sur les produits habillement s'inscrit dans une démarche volontaire des entreprises. Il permet d'apposer une information en lien avec chaque produit vendu, afin de préciser au consommateur son coût environnemental, sous forme de points d'impact.

En 2024, nous avons ainsi pu partager nos retours lors des différentes phases de consultation pour définir une méthodologie commune à cet affichage. Nous avons également partagé notre expérience sur l'évaluation environnementale des produits ainsi que nos enquêtes internes et externes sur le sujet.

Nous prévoyons de déployer ce coût environnemental des produits en France, sur notre site Internet.





### Accélérer le développement de l'offre de seconde main

Le développement de l'offre de seconde main répond à plusieurs enjeux pour Kiabi :

- Il s'agit d'un moyen de décarboner notre offre, en évitant les impacts environnementaux liés à la fabrication de produits neufs,
- La seconde main représente également une nouvelle forme d'offre, en lien avec notre Vision 2035,
- Enfin elle répond aux besoins de nos clients, notamment sur l'accès à une offre plus large sur l'ensemble des produits destinés à l'enfant, à des prix accessibles.

Alors que nous développons la seconde main depuis plusieurs années dans nos magasins en France, Espagne, Portugal, Belgique et Italie, et sur notre site web de seconde main, 2024 marque un tournant dans notre ambition. Nous avons en effet dû faire face à la fermeture de notre partenaire pour l'approvisionnement de produits de seconde main, Rediv, en début d'année 2024.

En mai 2024, nous avons également racheté la marque Beebs, une plateforme digitale, ainsi qu'une application de vente de produits de seconde main enfants, déjà connues des familles. Ce rachat nous a permis de diversifier notre offre avec des produits répondant à l'ensemble des besoins de la famille en puériculture, jouets, décoration...

### Performance 2024

Part des produits de seconde main dans l'ensemble des articles vendus par Kiabi :



### Les autres expérimentations autour de la seconde main

- Le format dépôt/vente, avec notre partenaire **Crushon**.
- **La petite braderie** : un service testé dans cinq magasins, avec la possibilité pour nos clients de louer un stand pour mettre à la vente ses produits de seconde main.
- **KidKanai**, un concept store de seconde main enfants et bébés testé à Leers dans le Nord.

### Développer la collecte et le rachat de vêtements

En 2024, nous avons développé la collecte de vêtements auprès de nos clients, à travers le rachat de produits de toutes marques, destinés à être revendus en seconde main dans nos points de vente. Nous avons ainsi racheté 75 000 pièces dans 43 magasins français.

Cette nouvelle offre « Beebs by Kiabi » a ainsi pris place dans l'écosystème digital de Kiabi, et également dans nos magasins afin de développer une offre omnicanale pour nos clients et prospects : en 2024, ce sont ainsi 100 magasins français et 6 magasins belges qui ont été équipés de rayons Beebs by Kiabi, directement intégrés dans le parcours de première main.

En complément, Beebs by Kiabi propose également un nouveau service de collecte dans 43 magasins français, avec une mécanique de rachat immédiat des produits de nos clients contre un bon d'achat.



**Morgan Hilmi,**  
leader CtoC / co-fondateur de Beebs.  
**KIABI**

## « Développer une consommation hybride. »

« Le rachat de Beebs a été l'opportunité d'accélérer l'expertise digitale de la seconde main chez Kiabi, de capitaliser sur une marque déjà connue par deux millions de familles et d'aller chercher des compétences externes sur ces sujets.

La seconde main représente en effet une vraie évolution de notre métier par rapport à la conception et la distribution de première main, avec deux typologies de clients – les acheteurs et les vendeurs –, une offre et une demande très fragmentées, une expertise datas et digitale pour aller en profondeur dans les usages et les parcours clients. L'enjeu est désormais de développer

l'omnicanalité et ses bénéfices pour nos clients, avec une approche multi-marques, multi-catégories, en maîtrisant le stock. Je suis persuadé que nous ferons évoluer le marché avec une consommation hybride entre la première et la seconde main. Kiabi fait naturellement partie des leaders légitimes pour accompagner cette évolution. »

## Gérer la fin de vie de nos invendus et défectueux

La gestion de nos invendus ou défectueux est avant tout un sujet que nous traitons en amont de nos magasins, en calculant au plus juste nos prévisions de ventes et allocations de produits par canal (magasin ou web). Néanmoins, en fin de saison, il reste des produits neufs invendus (plus de 4,3 millions de pièces en 2024). Ces produits neufs invendus sont écoulés de 3 façons :

→ **Les dons** à des associations locales en France,

→ **Les soldeurs**, à qui nous revendons nos stocks d'invendus entrepôts et magasins des autres pays que la France. Ils les revendent ensuite sur des territoires sur lesquels nous n'avons pas de point de contact,

→ **Les marketplaces**, qui nous proposent des solutions d'écoulement en digital (comme Showroom Privé par exemple).

Notre ambition est qu'en 2026, **100 % de nos invendus** soient à destination de nos Petits Magasins.

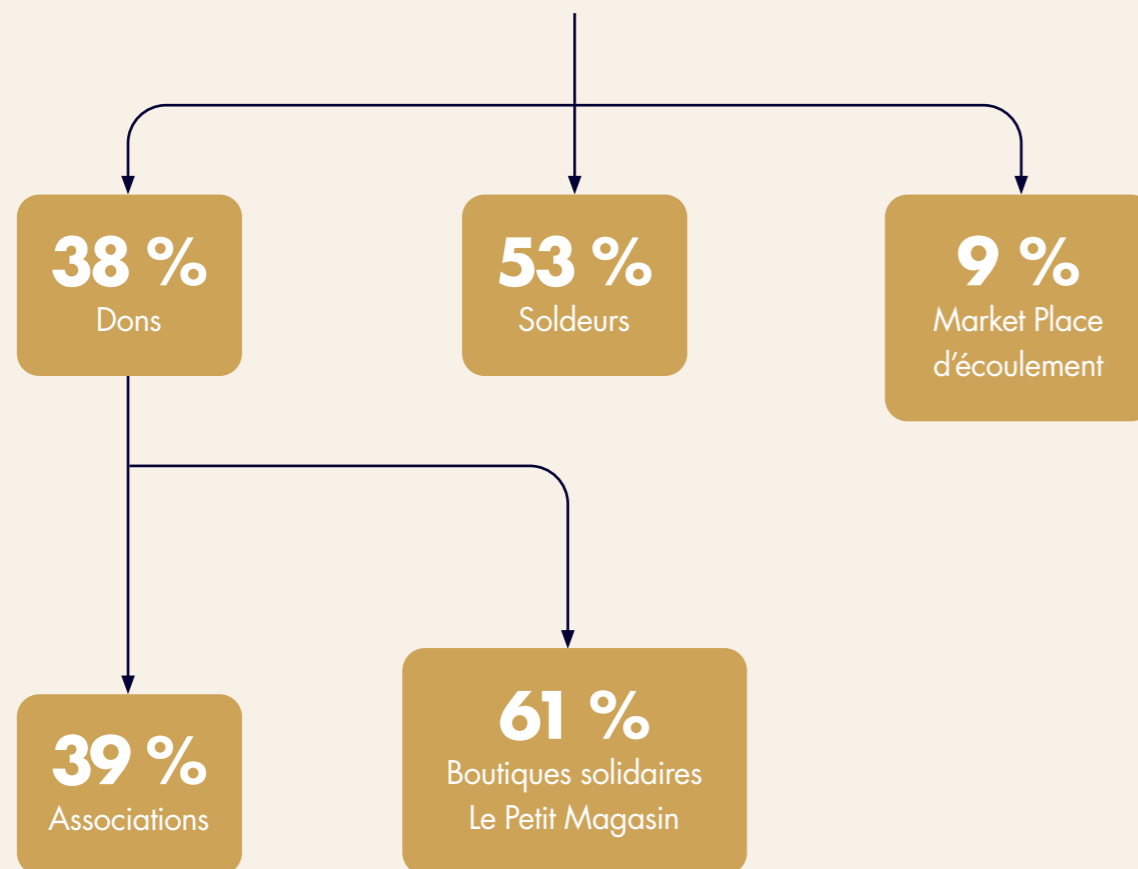
## Re-Viste, le nouveau collectif de recyclage du secteur textile et chaussures en Espagne



Afin d'accélérer et de contribuer au déploiement de solutions à l'échelle de la filière textile et chaussures en Espagne, Kiabi a rejoint le **collectif Re-Viste**, fondé par l'Association espagnole pour la **gestion des déchets textiles et de la chaussure** en 2024 à Madrid.

Re-Viste réunit des marques du secteur de la mode pour travailler collectivement à la mise en œuvre de solutions industrielles circulaires en Espagne, en développant des outils de gestion des déchets et de recyclage des textiles et chaussures. Avec une démarche volontaire, le collectif Re-Viste permet d'adresser les enjeux de la responsabilité collective élargie des producteurs (SCRAP) et de préparer la mise en conformité avec la directive européenne sur la responsabilité élargie des producteurs.

## Nos vêtements invendus en 2024. Que deviennent-ils ?



## Contribuer aux enjeux de collecte et de tri de la filière en France et en Europe

Parce que les enjeux de fin de vie des produits textiles se jouent à l'échelle de la filière, nous participons activement à ces sujets en rejoignant des initiatives collectives.

Actionnaire et membre du conseil de ReFashion, l'éco-organisme de la filière textile, habillement, linge de maison et chaussures, nous avons contribué en 2024 à plusieurs groupes de travail sur les enjeux de fin de vie des produits textiles :

→ Nous avons participé aux collectifs travaillant sur les enjeux spécifiques des produits lingerie et chaussures,

→ Nous avons rejoint un groupe de travail opérationnel sur les éco-modulations, destiné à clarifier le cahier des charges,

→ Nous avons pris part au groupe de travail stratégique concernant l'appel d'offres destiné à augmenter les quantités collectées et triées en France, afin d'identifier des acteurs du recyclage en boucle ouverte ou fermée, et de massifier les capacités à recycler,

→ Enfin nous faisons partie du Comité Observatoire du Coût du tri pour assurer une contrepartie financière équitable aux opérateurs qui trient le textile collecté en France suivant les démarches de remboursement des opérateurs, afin d'assurer une mise en œuvre équitable.

En complément, nous participons à l'harmonisation des futures REP au niveau européen à travers la fédération Euratex, afin d'harmoniser les critères d'éco-modulations et les modes de calcul des éco-contributions à l'échelle européenne. « *Il s'agit de partager une partie de notre temps et de nos expertises pour contribuer à trouver des solutions collectives pour le bien commun* », explique **Caroline Bottin, leader Ecotech Collections Kiabi**, « *Il est de notre responsabilité de leader de pouvoir être prescripteur vis-à-vis du secteur et des clients sur l'ensemble de ces sujets.* » ■

**KIABI**

**S'engager  
pour toutes  
et tous.**



# 1. Nos enjeux et indicateurs

Les enjeux humains sont au coeur du projet et de notre Vision 2035, qui se déploiera avec nos collaborateurs, nos fournisseurs, nos partenaires franchisés, nos clients mais aussi avec les familles auxquelles nous voulons être encore plus utiles à travers un rôle sociétal plus fort.

Ces transformations engagent des évolutions profondes de nos savoir-faire, de nos compétences et fonctionnements tout en s'appuyant sur des valeurs et une culture d'entreprise qui doivent plus que jamais plus que jamais guider nos transformations.



## Nos enjeux pour les femmes et les hommes

- 1 **Les conditions de travail**, en termes de santé, de sécurité comme de bien-être, pour nos collaborateurs et également pour les employés travaillant chez nos fournisseurs.
- 2 **La gestion et le développement des compétences** : au service de notre nouvelle Vision, de l'employabilité de nos collaborateurs pour aujourd'hui et pour demain.
- 3 **L'inclusion et égalité des chances** : pour nos collaborateurs, nos clients et pour la société.
- 4 **La mission de la Kiabi Foundation**, pour redonner confiance à la jeunesse.

## Performances 2024



**69 %** d'usines auditées et évaluées au plus haut niveau de performance de conformité aux standards sociaux internationaux et réglementaires chez nos fournisseurs de tiers 1 et 2.



**43 %** de collaborateurs et collaboratrices de Kiabi formés pour développement de compétences.



**394** personnes éloignées de l'emploi engagées dans un parcours d'insertion professionnelle depuis 2020 via les boutiques solidaires et Le Petit Magasin.



**75 %** des collaborateurs et collaboratrices estiment que KIABI est **une entreprise où il fait bon travailler**. (Trust Index® Great Place to Work®).

## Faits marquants

- **Déploiement du programme Agility** sur l'ensemble des métiers, afin d'adapter les organisations aux ambitions de la Vision 2035 Kiabi.
- **Création d'un plan de formation interne** pour répondre aux enjeux de la Vision 2035 Kiabi.
- **Développement d'un modèle d'affaires innovant dans le domaine de l'économie sociale et solidaire**, sous la forme d'une joint-venture sociale avec Vitamine T, visant à favoriser l'insertion sociale, soutenir les familles et répondre aux enjeux de circularité grâce au dispositif « Le Petit Magasin ».
- **Définition d'une mission unique de la Kiabi Foundation** autour des jeunes et de la confiance.



**Franck de Saintignon,**  
leader ressources humaines.  
**KIABI**

## « **Accompagner une transformation profonde et rapide tout en préservant notre culture humaine.** »

« L'année 2024 a été une année de transformation avec une vraie nécessité de questionner nos organisations, notre politique humaine, notre référentiel de compétences. L'enjeu était de savoir si nos organisations nous permettaient de mener les transformations nécessaires pour atteindre notre Vision 2035 et l'hybridation de notre modèle d'affaires, d'accompagner notre passage de retailer à celui d'une plateforme de marque au service des familles.

À travers le programme Agility lancé en 2024, l'objectif a donc été de rendre plus efficaces et agiles nos organisations, de clarifier les responsabilités du local et du global tout en simplifiant nos processus de fonctionnement. Nous devons pour cela mesurer ce qui doit changer dans nos fonctionnements, effectuer ce virage tout en préservant notre culture humaine et nos valeurs, et

rester très vigilants à nos fondamentaux. Enfin nous allons passer d'une logique d'évaluation métier à une logique de compétences : l'observatoire des métiers que nous avons lancé en 2023 nous a permis de faire le diagnostic des compétences au sein de Kiabi, ce qui nous servira de base pour déployer un plan de formation interne. C'est un chemin fabuleux à mener, qui doit se baser sur un état des lieux clair des compétences dont nous disposons aujourd'hui, et de celles dont nous aurons besoin demain. »

## 2. Allier sens et transformation

La mise en oeuvre de notre Vision 2035 et l'évolution de notre modèle d'affaires nécessitent de questionner nos organisations et nos métiers, en préservant notre culture qui constitue toujours aujourd'hui une valeur forte de Kiabi.



### Accompagner la transformation avec le programme Agility

En 2024, Kiabi lance un programme stratégique sur l'ensemble des périmètres métiers : le programme Agility. L'objectif est d'optimiser les modes de fonctionnement et d'adapter les organisations pour mieux servir notre Vision 2035, et passer du métier de concepteur et distributeur de produits de mode à une plateforme de marque au service des familles. Chaque leader de périmètre a ainsi été accompagné par un leader ressources humaines et

un leader en conduite du changement pour mener une réflexion en trois étapes :

- Réflexion sur les modes opératoires,
- Définition des trajectoires,
- Écriture du plan d'actions.

Ce travail s'est traduit par des phases de diagnostics, d'écoutes, d'ateliers avec les équipes concernées...

« Ce programme doit institutionnaliser le fait de se questionner régulièrement sur nos organisations et nos rituels pour répondre à la Vision Kiabi », explique **Eloïse Lamidel, leader communication interne et change management**. L'enjeu pour conduire ces changements est également d'embarquer l'ensemble des collaborateurs dans les différentes étapes du process, et d'accompagner chacun de la même manière. « Il est primordial d'harmoniser les étapes clés de ce changement et l'accompagnement individuel et collectif qui en découle. Ce programme touche à nos métiers, et donc à l'humain, il y a un enjeu à prendre soin des liens », souligne Eloïse Lamidel. Le programme Agility a ainsi été accompagné par un plan de communication interne destiné à assurer la cohérence des messages et leur partage auprès de tous.

Lancé en 2024, le programme Agility s'est déployé sur 100 % des métiers chez Kiabi et continuera à être mis en oeuvre en 2025. Il permettra notamment d'identifier les impacts en termes de compétences et de besoin en formation, afin de bien mailler ce programme avec l'ensemble des enjeux de transformation de Kiabi.

### Prendre soin de notre culture humaine

Depuis toujours, les valeurs humaines sont au coeur de la singularité de Kiabi : « faire un métier que j'aime, avec des gens que j'aime, pour des clients que j'aime ». Ce mantra, porté depuis la création de Kiabi par notre fondateur Patrick Mulliez en 1978, est le socle de notre culture. « Ces valeurs humaines très fortes vont générer des comportements attendus chez nos collaborateurs et nos leaders qui doivent incarner cette culture, ainsi que nos valeurs de simplicité, confiance, engagement, respect et partage », explique **Aurélie Prudhomme, leader ressources humaines pour les services centraux et leader culture humaine Kiabi**, « or dans une période de transformation, et dans un environnement de plus en plus challengeant, il est plus que jamais indispensable que ces fondamentaux le restent ».

C'est pour cela qu'en 2024, un travail de formalisation de notre culture d'entreprise a été initié, avec la nomination d'une leader culture d'entreprise. « Avec l'arrivée de nouveaux profils, et l'évolution de profils plus anciens, nous nous sommes rendus compte qu'une grande partie de notre culture était de l'ordre de l'implicite et de l'oralité. Or pour que cette culture soit un socle vécu comme un incontournable, nous avons besoin de la formaliser pour la faire vivre », insiste Aurélie Prudhomme. L'objectif de ce travail est de fournir des éléments concrets aux équipes pour partager cette culture, mais aussi la mettre en cohérence dans des outils comme les fiches de profil « Kiaber », les profils « leader » et les fondamentaux managériaux.

2024 a permis de poser le cadre d'une culture humaine et de compiler des éléments de benchmark : le sujet continuera à se déployer en 2025 avec notamment des écoutes menées auprès de collaborateurs, retraités de l'entreprise, fournisseurs, nouveaux arrivants... ■



### Les défis à relever

- Développer les compétences et savoir-être des collaborateurs pour répondre aux enjeux de la Vision Kiabi, sur base du référentiel de compétences construit en 2024.
- Institutionnaliser une revue des organisations de manière agile et régulière.
- Assurer le développement d'outils informatiques pour accompagner les changements humains.

## 3. Encourager le développement et préparer les talents de demain

**Pour répondre à l'évolution de nos métiers et assurer l'employabilité de nos collaborateurs, nous construisons des dispositifs et outils permettant le développement des compétences et des savoir-être de chacun.**

### Identifier les enjeux de formation

Permettre à tous nos collaborateurs d'être acteur de leur projet professionnel, du développement de leurs compétences et de leur employabilité est l'une de nos responsabilités. En complément, l'Observatoire des Métiers, lancé en 2023, nous a permis d'identifier les enjeux de formation liés à la mise en oeuvre de notre Vision 2035. Dans ce contexte de transformation, nos axes principaux en termes de développement des compétences consistent à :

- Accompagner l'efficacité opérationnelle de chaque métier,
- Soutenir la conduite du changement,
- Accompagner et renforcer le leadership.

Dans ce but, 43 % de nos collaborateurs ont ainsi été formés pour le développement de leurs compétences.

### Une nouvelle plateforme de formation au service de tous

Pour faciliter l'accès à la formation de nos collaborateurs, mais aussi la qualité des contenus et leur dimension internationale, nous avons déployé en novembre 2024 la plateforme Yoobic. Cette plateforme globale, traduite dans toutes les langues des pays dans lesquels nous sommes présents, est accessible à l'ensemble

des collaborateurs dans le monde, et remplace deux plateformes qui préexistaient, l'une pour les formations en présentiel, l'autre pour les formations en ligne.

Ce déploiement s'est accompagné d'un travail sur les contenus de formation, avec une mise à jour de nombreux contenus sur les savoir-être. Ce déploiement a été favorisé par le soutien de plusieurs partenaires externes, qui nous ont permis d'accélérer et de gagner en expertise sur la conception des formations et la qualité de leurs contenus.

### Accompagner le développement des leaders

L'un des enjeux en termes de développement de compétences est l'accompagnement et le renforcement du leadership. « Pour accompagner la transformation de notre modèle et notre Vision 2035, nous devons être auprès de nos leaders afin de leur donner les moyens de s'appropriier ces transformations et d'en partager le sens », insiste **Adriana Pereira Silva, leader talents et learning Kiabi**.

En 2024, une partie des formations destinées aux leaders a ainsi été refondue et sera accessible aux collaborateurs en 2025. En complément une nouvelle promotion de douze coachs internes a été lancée en novembre 2024, pour pouvoir accompagner les questionnements des collaborateurs, leaders ou non.

### Accélérer la maîtrise des langues

Pour créer plus de cohésion entre les différentes équipes, pays, mais aussi accompagner le développement de Kiabi sur de nouveaux territoires, nous avons

accélééré en 2024 sur la montée en compétences de nos collaborateurs en termes de maîtrise des langues, grâce à un partenariat avec Telelangues. Ces formations concernent essentiellement l'anglais et le français. ■

### La gestion des parcours professionnels dans un contexte de transformation

Un accord sur la gestion des parcours professionnels a été initié en 2024 et sera finalisé en 2025. Dans un contexte de transformation de l'entreprise et de ses métiers, l'objectif est d'accompagner les collaborateurs en amont des changements, que ce soit dans l'évolution de leur métier, l'intégration de nouveaux enjeux ou la disparition de certaines fonctions. En 2024, un accord de performance collective en France a en effet mis fin aux métiers de visual merchandiseur et de gestionnaire flux. L'objectif étant de maintenir l'emploi, les 250 collaborateurs concernés ont pu être accompagnés vers un poste de conseiller de vente pour ceux qui le souhaitaient, ou soutenus dans la mise en oeuvre d'un autre projet professionnel.

### Performance 2024

Collaborateurs Kiabi formés pour développement de compétences :



### Faits marquants

- Le lancement de la plateforme globale et internationale **Yoobic**, pour rendre disponible l'offre de formation à l'ensemble des collaborateurs dans le monde.
- Le retravail de la **formation** et du **tutorat** sur le métier de conseillère de mode en France, pour favoriser la prise en main des nouveaux process en magasin.
- Le lancement d'une nouvelle promotion de **coachs internes**.

## 4. Favoriser l'égalité des chances et l'inclusion

Au-delà de notre responsabilité en tant qu'entreprise, intégrer les enjeux sociétaux nous permet de nous nourrir d'une diversité de talents et de profils.

Nous agissons aussi sur ces enjeux à travers des innovations comme par exemple notre modèle « Le Petit Magasin ».

### Animer l'égalité professionnelle entre femmes et hommes

Dans la lignée du précédent accord, le nouvel accord portant sur l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes, signé en 2024, a pour but d'animer les principes de parité et d'équité auprès de l'ensemble des collaborateurs et collaboratrices. Il se compose de cinq domaines d'engagements destinés à promouvoir et assurer l'égalité professionnelle :

→ L'accès à l'emploi,

- L'information et la formation professionnelle,
- L'accès à la mobilité et à la promotion interne,
- La rémunération,
- Les conditions de travail, l'articulation vie professionnelle et l'exercice de la responsabilité parentale.

Le nouvel accord intègre cependant une nouveauté, avec la mise en place d'un congé endométriose de dix jours sur l'année pour les collaboratrices qui en émettraient le besoin, sous couvert de la reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé.

### L'index de l'égalité professionnelle

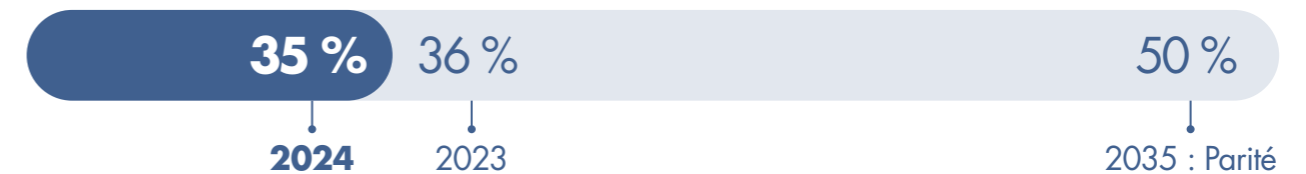
La loi du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel soumet les entreprises de plus de 50 salariés à la publication de leur index de l'égalité professionnelle. Cet index s'appuie sur cinq critères, qui permettent d'évaluer sur cent points le niveau d'égalité entre femmes et hommes dans une entreprise :

1. L'écart de **rémunération** femmes-hommes
2. L'écart de répartition des **augmentations individuelles**
3. L'écart de répartition des **promotions** (uniquement dans les entreprises de plus de 250 salariés)
4. Le nombre de salariées augmentées à leur retour de **congé de maternité**
5. La parité parmi les 10 plus **hautes rémunérations**.

En 2024, Kiabi obtient ainsi le note de **93 points** sur 100 à cet index, soit un point de moins qu'en 2023.

### Performance 2024

% de **leaders-dirigeantes** (dans les comités de direction monde, dans ceux de nos pays de distribution : France, Espagne, Italie, Belgique, Portugal, et dans le comité de direction Etixia) :



## Accompagner la parentalité chez nos collaborateurs

Parce que les familles sont au cœur du projet et de la Vision de Kiabi, les enjeux de parentalité nous concernent de près et sont naturellement intégrés dans notre accord portant sur l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes, l'équilibre vie privée/vie professionnelle étant un pré-requis à cette égalité.

L'accord signé en 2024 contient donc des améliorations

des dispositifs existants avec notamment :

- La possibilité de bénéficier de deux heures d'absence rémunérées (contre une heure dans le précédent accord) pour accompagner et récupérer ses enfants le jour de la rentrée des classes, de la maternelle à la classe de sixième,
- La possibilité de bénéficier d'un temps partiel jusqu'à la fin de la scolarité de primaire de l'enfant, soit jusqu'à ses 10 ou 11 ans.



## Soutenir l'emploi des personnes en situation de handicap

En 2024, un nouvel accord sur l'intégration des collaborateurs en situation de handicap a été signé pour trois ans. Il précise notamment les priorités à venir pour Kiabi dans ce domaine :

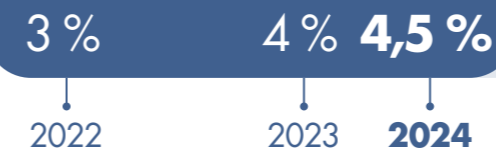
- Pérenniser et développer les embauches en CDI et l'embauche d'alternants,
- Développer la communication sur les mesures de la politique en faveur de l'insertion des personnes en situation de handicap,
- Développer les actions de prévention et de maintien dans l'emploi,
- Animer et faire vivre cet accord, former et sensibiliser l'ensemble de nos collaborateurs.

Ce nouvel accord prévoit, entre autres, la mise en place de relais handicap dans chaque magasin français pour accompagner sa mise en oeuvre, ainsi que le lancement d'une plateforme d'aide relative au handicap, qui devrait voir le jour en 2025.



### Performance 2024

% de collaborateurs en situation de **handicap** dans le monde :





### Proposer un environnement de travail inclusif et équitable

En complément des accords signés sur l'égalité professionnelle hommes-femmes et sur l'emploi des personnes en situation de handicap, nous avons souhaité nous doter d'une charte de la diversité et de l'inclusion. Nous sommes convaincus que la diversité est un atout majeur et qu'elle nous enrichit grâce à la valeur unique que chaque individu apporte. Nous sommes également pleinement conscients de notre responsabilité sur ces sujets en tant qu'entreprise internationale. Cette charte vise donc à poser les principes et engagements d'un environnement de travail inclusif, respectueux et équitable,

où chaque individu est valorisé indépendamment de ses différences. Cette charte a été finalisée en 2024 et sera déployée en 2025 autour de cinq partis pris :

- Cœuvrer pour l'équité des genres,
- Accélérer l'inclusion des personnes en situation de handicap,
- Encourager la diversité multiculturelle et socio-économique,
- Valoriser et prendre en compte des personnes de tous les âges et de toutes les générations,
- Intégrer et valoriser les profils différents en tenant compte de chaque moment de la vie.

### Faits marquants 2024

- Mise en place d'un congé endométriose dans le nouvel accord d'égalité professionnelle entre hommes et femmes.
- Finalisation de la charte de la diversité et de l'inclusion Kiabi.

### Développer l'inclusivité dans nos offres

Accompagner le quotidien des familles, c'est aussi leur proposer des produits qui correspondent à toutes les familles, dans tous leurs moments de vie. C'est dans ce but que nous proposons depuis plusieurs années des collections inclusives qui répondent à différents besoins :

→ **Grandes tailles** : Kiabi propose des modèles allant jusqu'aux tailles 6XL, adaptés à toutes les morphologies. L'objectif est de continuer à enrichir cette offre et de développer l'offre maternité grande taille.

→ **Handicap** : avec des collections So Easy faciles à enfiler (disponibles sur le web ainsi que dans certains magasins français), destinées aux enfants et aux adultes en situation de handicap. Le quotidien est ainsi facilité par une conception et des systèmes d'ouverture permettant de s'habiller en toute autonomie.

→ **Santé** : avec des collections post-opératoires pour les femmes atteintes de cancer du sein (disponibles sur le web). L'offre de lingerie post-opératoire est conçue avec des systèmes d'attaches par le devant, des bonnets adaptés aux prothèses, des bretelles élargies et des matières douces pour plus de confort.

→ **Naissance** : avec des collections adaptées aux enfants prématurés.



## Déployer un nouveau modèle social avec « Le Petit Magasin »

Depuis 2017, Kiabi soutient le projet « Le Petit Magasin », porté par plusieurs associations d'insertion professionnelle sur le territoire français. Intégré là où sont les besoins, « Le Petit Magasin » répond à plusieurs objectifs :

- **Accompagner** le retour à l'emploi et l'estime de soi pour ceux qui y travaillent,
- **Proposer** une offre de vêtements neufs pour des familles en situation de précarité,
- **Créer** du lien entre les différents acteurs locaux.

Le soutien de Kiabi se traduisait jusqu'à 2024 par du mécénat, du don de produits et de matériel, mais aussi



du partage de compétences : chaque boutique solidaire est en effet accompagnée par un magasin-tuteur Kiabi, avant son ouverture et pendant toute la durée du projet. 2024 marque un tournant dans le projet « Le Petit Magasin » : « Nous avons renforcé notre engagement et notre responsabilité en créant Kivi, une joint-venture sociale avec le groupe Vitamine T », explique **Pierre Alcalá, directeur général délégué de Kivi**, « jusqu'à présent nous étions mécènes, nous sommes désormais pleinement acteurs. C'est une démarche responsabilisante qui nous fait faire un pas de côté, nous demande de faire travailler ensemble des organisations culturellement très différentes ».

L'année 2024 a permis de définir la stratégie ainsi que la feuille de route 2025-2027, et de structurer l'organisation de Kivi en conséquence. Une équipe ressources a été mise en place, composée d'animateurs réseau, d'une coordinatrice de projet, d'un responsable logistique et d'un contrôleur de gestion. Le parcours d'intégration a également été renforcé avec le recrutement d'une conseillère en insertion professionnelle. En parallèle, une plateforme logistique a été mise en place, à travers un chantier d'insertion professionnelle piloté par Vitamine T à Charleville-Mézières.

Les enjeux pour 2025 reposent sur le fait de consolider nos savoir-faire et monter en compétences sur toutes les étapes du projet, réaliser les premiers retours à l'emploi, développer de nouveaux partenariats et identifier d'autres gisements de produits.

« L'évolution du projet du Petit Magasin en 2024 s'inscrit parfaitement dans les valeurs de travail et de partage de Kiabi », insiste Pierre Alcalá « Ce projet renforce l'engagement de Kiabi et la fierté des salariés, en leur permettant de contribuer à des problématiques de société. Il est également fédérateur, mené grâce au soutien des équipes juridiques, du contrôle de gestion, des magasins parrains et de la logistique. C'est un véritable projet d'entreprise ! ». ■

le petit  
Magasin

UNE **SAS**, KIVI, ACTEUR DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

**2 ACTIONNAIRES** : VITAMINE T (51 %) ET KIABI (49 %) ET UN **PACTE DE GOUVERNANCE**

**PRÉSIDENTE** : GROUPE VITAMINE T

**DIRECTION GÉNÉRALE** : KIABI

**1 CONSEIL D'ADMINISTRATION**

**1 ÉQUIPE RESSOURCE** COMPOSÉE DE :

- 2 animateurs réseau
- 1 coordinatrice projet
- 1 conseillère en insertion professionnelle
- 1 contrôleur de gestion
- 1 responsable logistique et planification

## Performance 2024

Nombre de personnes entrées en insertion professionnelle depuis 2020 grâce au projet « Le Petit Magasin » :



## Faits marquants

- 19 magasins en France sous l'ancien modèle du mécénat, 4 magasins en partenariat avec Vitamine T et 2 nouveaux magasins ouverts en 2024 sur le modèle Kivi, à Reims et Lens.
- Obtention de l'agrément ESS et ESUS\* :
- Ecriture des objectifs 2027 : ouverture de 43 Petits Magasins, création de 150 emplois, 150 000 familles bénéficiaires et 15 territoires revitalisés.

\*L'agrément ESS reconnaît les entreprises de l'économie sociale et solidaire, axées sur l'intérêt collectif plutôt que le profit. L'agrément ESUS est plus spécifique, attribué aux entreprises ayant une utilité sociale, une gouvernance démocratique, et réinvestissant leurs bénéfices dans leur mission sociale. Ces agréments permettent d'accéder à des financements et des avantages fiscaux spécifiques.

## 5. Améliorer les conditions de travail de nos collaborateurs

La sécurité et le bien-être de nos collaborateurs sont au cœur de notre responsabilité, tout comme notre soutien à des problématiques contextuelles telles que l'inflation.

### Mesurer l'expérience de nos collaborateurs

Le palmarès Great Place To Work® est un outil utilisé par Kiabi pour mesurer la perception des collaborateurs et la qualité de leur expérience au sein de l'entreprise. En 2024, nous sommes à nouveau certifiés Great Place To Work® et lauréat dans deux catégories :

- Numéro 6 du palmarès Best Workplace™ dans la catégorie des entreprises de plus de 2 500 salariés,
- Nous sommes à nouveau Best Workplace™ for Women, le classement des 30 entreprises les plus avancées sur le chemin de l'égalité professionnelle.

En 2024, les résultats de ce classement sont en légère augmentation puisque le Trust Index®, soit la moyenne de réponses positives sur l'ensemble du questionnaire, était de 75 %, contre 74 % en 2023. Le taux de participation était lui en légère diminution (moins 499 répondants par rapport à 2023), en raison notamment d'un durcissement dans l'application du règlement général sur la protection des données.

Les principales thématiques en amélioration sur l'édition 2024 sont :

- Le fait de bénéficier d'avantages spécifiques et uniques à l'entreprise,
- Le fait de rémunérer le travail des collaborateurs à sa juste valeur,
- La mise à disposition de ressources et matériels

nécessaires à la réalisation des missions.

Les thématiques en retrait pour 2024 sont :

- La clarté et le sens de la nouvelle Vision Kiabi 2035,
  - Le fait de pouvoir être acteur de l'innovation,
  - Le fait de se repérer facilement dans l'organisation.
- Chaque année, cette enquête nous permet d'obtenir des résultats à l'échelle de chaque pays et chaque équipe. Les résultats sont ainsi fournis à chaque leader qui se doit de mettre en place et d'animer un plan d'actions avec le soutien de son responsable des ressources humaines.

### Les résultats 2024 GREAT PLACE TO WORK®

#### 5 734 répondants

Les 5 items du Trust Index® :

**Crédibilité : 77 %** (76 % en 2023)

**Respect : 73 %** (71 % en 2023)

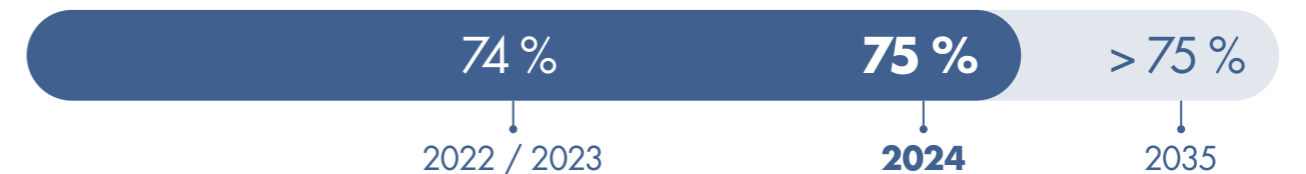
**Équité : 74 %** (72 % en 2023)

**Fierté : 74 %** (iso en 2023)

**Convivialité : 78 %** (77 % en 2023)

### Performance 2024

Part des collaborateurs estimant que Kiabi est une entreprise où il fait bon travailler (Trust Index® Great Place to Work®)



## Prévenir les risques pour la santé et la sécurité

La santé et la sécurité de nos collaborateurs sont des priorités. Cela se traduit par des formations destinées à réduire les risques d'accidents du travail, de maladie et d'absentéisme. Nous proposons ainsi à chaque collaborateur des formations adaptées à son métier : exercice d'évacuation, risques psycho-sociaux, limitation des troubles musculo-squelettiques...

## Accompagner de nouveaux modes de travail

Depuis la crise Covid, le télétravail a bousculé et fait évoluer les habitudes. Il contribue au mieux-être au travail et peut permettre aux collaborateurs d'équilibrer plus facilement leur vie personnelle et professionnelle, en réduisant le temps de transports. Cette flexibilité peut aussi être un facteur d'attractivité en termes de recrutement, sur les métiers en tension par exemple.

Afin de cadrer ces usages, Kiabi a mis en place en 2023 un accord sur le télétravail et le droit à la déconnexion. Nous avons défini trois formes de télétravail :

→ Le télétravail régulier, à raison de deux jours maximum

par collaborateur.

→ Le télétravail occasionnel, pour les collaborateurs dont le métier ne permet pas de prétendre au télétravail régulier.

→ Le télétravail exceptionnel, qui peut être accordé pour des raisons médicales par exemple.

Ce texte reprend également le sujet du droit à la déconnexion, établi dans notre accord qualité de vie et conditions de travail de 2022. ■



## Une association de solidarité interne pour soutenir les collaborateurs en difficulté

En 2024, une association de solidarité interne s'est déployée pour venir en aide aux collaborateurs en grande difficulté : deuils, violences, difficultés financières... Les collaborateurs Kiabi ont ainsi eu la possibilité de faire un geste de solidarité envers leurs collègues en difficulté en faisant un don depuis leur fiche de paie. En 2024 ce sont ainsi 14 collaborateurs qui ont été soutenus en France par cette association, via une aide globale de 15 229 euros, pour les accompagner dans des démarches de loyers ou factures d'énergies impayés et d'aide d'urgence suite à des difficultés financières.



## 6. Assurer notre responsabilité sociale chez nos fournisseurs

**S'assurer de la sécurité, de la santé et du bien-être des ouvriers qui travaillent chez nos fournisseurs est une responsabilité que nous devons assurer sur toute notre chaîne de production, quels que soient les pays concernés. Nos exigences dans ce domaine sont formalisées dans notre code de conduite et auditées afin de vérifier leurs applications.**

### Notre code de conduite

Dans l'ensemble de nos pays de production, les réglementations concernant les conditions de travail varient. C'est pourquoi nous avons établi **un code de conduite**, intégré dans les contrats signés avec les fournisseurs avec lesquels nous contractualisons directement, qui définit les exigences de Kiabi en matière sociale et environnementales. Ce code de conduite s'appuie sur des **normes internationales reconnues** telles que la Charte des Nations-Unies, le Code International du Travail, la déclaration Universelle des Droits de l'Homme et les législations en vigueur localement. Il interdit, entre autres, le **travail des enfants**, le **travail forcé**, la **discrimination** et garantit la **liberté d'association**. Il cadre également les conditions de sécurité, les heures de travail ou les exigences environnementales requises par Kiabi.

### L'organisation de nos audits

Afin de nous assurer du respect de ce code, **nous menons des audits réguliers au sein des usines de nos fournisseurs**. Ils sont réalisés par différents moyens :

→ Une partie de ces audits est réalisée par nos collaborateurs (18 % des audits sociaux), notamment en

Asie et en Turquie.

→ Nous pouvons faire appel à des cabinets externes pour réaliser ces audits (2,6 % des audits sociaux).

→ Nous pouvons également obtenir des audits via des plateformes internationales comme Business Social Compliance Initiative (BSCI), Smeta ou Initiative for Compliance and Sustainability (ICS), Social & Labor Convergence Program (SLCP) (79,4 % des audits sociaux). Dans ce cas de figure, nous avons établi des grilles de conversion des résultats de ces plateformes vers notre typologie de notation, afin d'obtenir des résultats comparables avec l'ensemble de nos fournisseurs. Nous adoptons le protocole d'audit « Taking Turns » : si le premier audit est réalisé par l'équipe interne Kiabi, le second sera mené par une tierce partie et le troisième sera de nouveau effectué par l'équipe Kiabi. Ce protocole permet d'éviter les liens et habitudes non appropriés entre les fournisseurs et les auditeurs. **Ces audits nous permettent d'évaluer nos fournisseurs sur une échelle allant de A à E.** Cette grille de notation a été travaillée sur la base des méthodologies d'audit de BSCI (Amfori), ICS, SMETA (E.T.I), et SLCP.

Meilleure la note est, plus les audits sont espacés, avec néanmoins un audit par an par usine de confection. Moins bonne elle est, plus ils sont fréquents. Une note E, qualifiée d'inacceptable, indique des problèmes critiques et la nécessité de mettre en place immédiatement des actions correctives. Le fournisseur doit immédiatement,

ou sous un délai de 3 à 6 mois, améliorer sa note, faute de quoi nous mettons fin à notre relation commerciale. En cas de violation grave, nous stoppons immédiatement l'activité dans l'attente d'actions correctives. Dans tous les cas, **nous encourageons nos fournisseurs à s'approprier ces enjeux** de conformité, dans un esprit

d'amélioration continue. Au regard de notre politique Zero Tolerance Violations (ZTV), nous nous réservons le droit de mettre fin à tout moment à notre relation avec un fournisseur en cas de non respect grave à notre code de conduite ou d'un manque d'intention à progresser.

### Les plateformes internationales d'audit utilisées par Kiabi

**Les audits BSCI, ICS, SMETA et SCLP sont des audits basés sur des normes internationales en matière de d'organisation du travail.**

**BSCI** : Basé sur les normes de travail de l'Organisation Internationale du Travail, la BSCI (Business Social Compliance Initiative) est un mouvement sectoriel développé en 2003 par Amfori, une association commerciale mondiale pour un commerce ouvert et durable. Il permet aux entreprises de contrôler et d'évaluer les améliorations de la performance sociale de leurs fournisseurs par rapport aux exigences du code de conduite BSCI d'Amfori.

**SMETA** : Les audits SMETA utilisent le code de base ETI, fondé sur les conventions de l'Organisation Internationale du Travail, ainsi que sur les lois locales pertinentes. Les audits SMETA peuvent être conduits selon deux ou quatre piliers d'audit. Les deux piliers obligatoires pour tout audit SMETA sont les normes de travail, de santé et de sécurité. Les deux piliers supplémentaires d'un audit à 4 piliers sont l'éthique des affaires et l'environnement. Ils ont été introduits pour approfondir l'aspect responsabilité sociale des audits SMETA.

**ICS** : Initiative for Compliance and Sustainability (ICS) est une initiative sectorielle internationale visant à améliorer les conditions de travail tout au long des chaînes d'approvisionnement mondiales des détaillants et des marques qui en sont membres. L'ICS est composée de détaillants et marques multinationales dans les secteurs du textile, de la vente au détail, de la chaussure, de l'électronique et de l'ameublement. Les membres de l'ICS collaborent à l'aide d'outils communs, afin de mutualiser les audits, de contribuer à la réduction de la « fatigue de l'audit » et de partager les connaissances et les meilleures pratiques.

**SLCP** : Social & Labor Convergence Program (SLCP) est une initiative multipartite et indépendante du Sustainable Apparel Coalition (SAC). La mission de SLCP est de mettre en œuvre un cadre d'évaluation convergé (CAF) pour réduire la duplication des audits et soutenir les efforts visant à améliorer les conditions de travail dans les chaînes d'approvisionnement mondiales.

### Quels plans d’actions en cas de non-conformité des audits ?

Dans le cas où l’un de nos audits révèle une non-conformité, **nos fournisseurs ont deux semaines pour nous partager un plan d’action correctif.** Ce délai peut différer selon les cas :

→ En cas de non-conformité liée à la sécurité incendie, aux salaires, aux licences, permis, autorisations et certificats

légaux, nous exigeons un plan d’action immédiat, sous un délai d’une semaine maximum.

→ En cas de non-conformité critique, ou si un élément est impossible à vérifier, nous exigeons également un plan d’action immédiat, sous un délai d’une semaine maximum.

→ En cas de non-conformité majeure (par exemple en cas de nombre d’extincteurs insuffisant), le délai pour partage du plan d’action est de quatre semaines.

→ En cas de non-conformité mineure (par exemple



### Performance 2024

% d’usines auditées et évaluées au plus haut niveau de performance de conformité aux standards sociaux internationaux et réglementaires chez nos fournisseurs de tiers 1 et 2.



	A	B	C	D	E
GRILLE DE CONFORMITÉ	Exceptionnel	Bien	Satisfaisant	Insuffisant	Inacceptable
NOTE FINALE	> 95 % Pas de ZTV Pas de point critique	> 90 % Pas de ZTV Pas de point critique	> 85 % Pas de ZTV Point critique <= 1	> 80 % Pas de ZTV Point critique <= 2	> 80 % et/ou ZTV et/ou point critique > 2

#### Répartitions des audits d’usines par notation :

	A	B	C	D	E
RANG 1	23 %	64 %	9 %	3 %	1 %
RANG 2	18 %	41 %	36 %	4 %	2 %

un manque de contrôle dans le suivi des formations sécurité), le délai pour partage du plan d’action est de huit semaines.

→ Si un élément ne peut être audité, nous exigeons un plan d’action correctif. Une fois le plan d’action correctif fourni, un audit de suivi est réalisé, dans un délai déterminé par la note obtenue par le fournisseur.

En 2023, nous avons revu à la hausse nos exigences concernant la notation de nos fournisseurs : alors que nous nous animions jusqu’à présent sur un objectif de fournisseurs audités A, B ou C, notre ambition est désormais que l’ensemble de nos fournisseurs soient notés A ou B uniquement. En complément, 100 % des nouvelles usines référencées doivent obtenir une note A, B ou C. ■





**Léa Cervellin**, leader de l'engagement sociétal et déléguée générale de la Kiabi Foundation.  
**KIABI**

## « L'enjeu est de donner la possibilité à tous les collaborateurs de s'engager. »

« L'objectif de notre engagement sociétal est d'agir au-delà de nos activités et d'apporter une valeur positive à la société en fédérant tout notre écosystème. Pour y arriver, le plus gros changement en 2024 a été d'aligner les actions de la Kiabi Foundation autour d'une seule et même mission, sur un sujet sur lequel nous sommes légitimes, engagés et pouvons faire bouger les lignes. Nous avons choisi de focaliser notre action sur l'idée de redonner confiance aux jeunes. C'est un sujet universel, qui concerne toutes les classes sociales, partout dans le monde. C'est aussi un enjeu qui soutient notre Vision 2035 et notre objectif d'en faire toujours plus pour les familles. Nous avons identifié cette mission à travers des ateliers d'écoutes des familles en France, en Espagne et

en Inde, mais aussi par des questionnaires auprès de nos clients, collaborateurs et fournisseurs. Nos partenaires associatifs nous ont également remonté ces enjeux autour du manque d'épanouissement et de confiance des jeunes dans leur avenir. 81 % des jeunes renoncent à leur projet par faute de confiance\*. Pour soutenir cette mission, nous accompagnons de nombreuses associations qui œuvrent par exemple pour l'éducation ou le soutien aux familles.

34 000 jeunes ont déjà été soutenus par la Kiabi Foundation. L'enjeu pour 2025 est de donner la possibilité à tous les collaborateurs de s'engager dans ces projets et de vivre pleinement cette nouvelle mission de la Kiabi Foundation ».

\*Baromètre Jeunesse & Confiance 2023

## Kiabi Village : renforcer les liens entre les collaborateurs et le monde associatif

En 2024, Kiabi inaugurerait son nouveau siège à Lezennes, dans le Nord de la France. Le site accueille un magasin ainsi que les équipes des services centraux. Mais dès l'origine du projet, le Kiabi Village a également été conçu pour s'ancre sur son territoire et se mettre au service des communautés locales. Dès la phase de commercialisation du site, nous avons en effet choisi un partenaire qui accueille une crèche de trente berceaux, parmi lesquels 15 berceaux sont réservés à nos collaborateurs. La crèche dispose également de 5 berceaux solidaires mis à disposition des habitants du quartier pour faire face à des situations d'urgence.

En complément, le site héberge une **Maison des Associations**, soutenue par la Kiabi Foundation, qui accueille des associations locales œuvrant au service de la confiance pour la jeunesse. « Ces acteurs interviennent régulièrement auprès de nos collaborateurs et proposent des événements sur le site comme des forums pour présenter leur action », explique **Rémy Codeville, leader du site Kiabi Village**, « notre volonté est de créer des passerelles entre Kiabi et les acteurs du quartier pour faciliter l'engagement de nos collaborateurs auprès du monde associatif ».

Cet engagement se poursuivra en 2025 avec l'intégration de l'École des XV, une organisation qui accueillera des élèves à risque de décrochage scolaire.

## Un nouveau programme de fidélité pour soutenir le quotidien des familles

Dans le cadre de notre nouveau programme de fidélité, déployé en 2024, nous permettons aux familles qui rejoignent ce programme de bénéficier de différents services destinés à faciliter leur quotidien. Elles peuvent ainsi cagnotter un point par tranche de cinq euros d'achats. Ces points peuvent être utilisés sous forme de bons d'achat, mais ils peuvent également donner accès à des services comme de l'aide-ménagère, du soutien scolaire ou des sorties culturelles.

## Faits marquants 2024

- Lancement de la mission de la **Kiabi Foundation**, pour donner confiance à la jeunesse.
- **34 000 jeunes** soutenus par la Kiabi Foundation.
- Lancement de la plateforme **Ki'act**, pour permettre aux collaborateurs de connaître les projets portés par la Kiabi Foundation et de s'engager.
- **1 100 collaborateurs** engagés dans des projets de la Foundation à travers la plateforme Ki'act.

## Les défis à relever

- Mieux faire connaître la Kiabi Foundation et sa mission.
- Engager plus de collaborateurs dans la mission de la Kiabi Foundation.
- Développer notre impact dans tous les pays où Kiabi est présent.



KIABI

# Gouvernance & création de valeur.

56

---

58

---

59

---

60

---

61

---

65



# 1. Nos enjeux et indicateurs

Afin d'adresser les défis environnementaux et sociaux qui se présentent à Kiabi, et à l'ensemble des acteurs de la mode, notre Vision 2035 nous invite à repenser notre modèle d'affaire et la gouvernance qui y est associée. Notre approche triple capital oriente ainsi l'ensemble de nos stratégies.



## Nos enjeux

- 1 Faire évoluer notre gouvernance pour conduire notre **Vision 2035**
- 2 Partager la **valeur créée** avec nos collaborateurs
- 3 Être garant de la **diversité** et de la **parité**
- 4 Garantir la **satisfaction** de nos clients
- 5 Assurer la **sécurité** de nos systèmes d'information

## Performances 2024



**63 %**  
de collaborateurs  
actionnaires



**35 %**  
de femmes leaders  
dirigeantes



**0,52 %**  
de chiffre d'affaires  
durable\*



**89**  
Taux conformité cybersécurité



**70**  
Net Promoter Score clients

\* Le chiffre d'affaire durable est issu de la vente de nos produits de seconde main et de nos produits conçus avec des matières premières et des procédés de fabrication moins impactants pour l'environnement.

## Faits marquants

- Formation des membres de notre comité de direction et de notre conseil à **l'animation du triple capital**.
- Intégration de **critères environnementaux et sociaux** à la méthode d'évaluation de la valeur de part Kiabi.
- **Lancement du chantier sur la data ESG**, afin de poser une data gouvernance destinée à fiabiliser nos données.



**Mehdi Mourid,**  
leader performance.  
**KIABI**

## « Une phase de transition pour aligner le financier et l'extra-financier. »

« En 2024, nous avons poursuivi l'évolution de notre modèle économique pour sortir d'une logique uniquement financière vers une logique triple capital. L'objectif est de faire évoluer ce modèle en intégrant nos KPI's environnementaux et sociaux en complément de l'économique, pour garantir les objectifs de notre Vision 2035.

Nous sommes dans une phase de transition, avec le développement d'une stratégie d'éco-conception, des offres comme la seconde main et des services, qui doivent nous permettre de générer un chiffre d'affaires moins carboné. Pour la première fois cette année, nous avons intégré des préconisations extra-financières à la construction de nos budgets. Pour accompagner cette transition, nous menons également un chantier important sur la data ESG

afin de la structurer et de s'outiller pour mieux la piloter, cette phase doit nous permettre de nous préparer à la transition vers la CSRD.

Notre enjeu est clairement d'aligner la lecture et l'animation financière à l'extrafinancière pour réussir la transformation de l'entreprise, avec des arbitrages entre court et long terme, mais aussi des renoncements qui transforment notre lecture de la rentabilité. Pour y arriver nous devons embarquer nos actionnaires, nos collaborateurs, et l'ensemble de notre écosystème pour avancer tous ensemble. »

## 2. Une gouvernance au service d'une performance long terme

La gouvernance de Kiabi a pour but d'assurer la performance et la pérennité de l'entreprise, en intégrant les enjeux environnementaux et sociaux issus de notre Vision 2035.

### Un actionariat familial et salarié

Avec la possibilité de devenir actionnaires de l'entreprise, nos collaborateurs sont pleinement acteurs de la performance Kiabi, dont ils partagent la valeur.

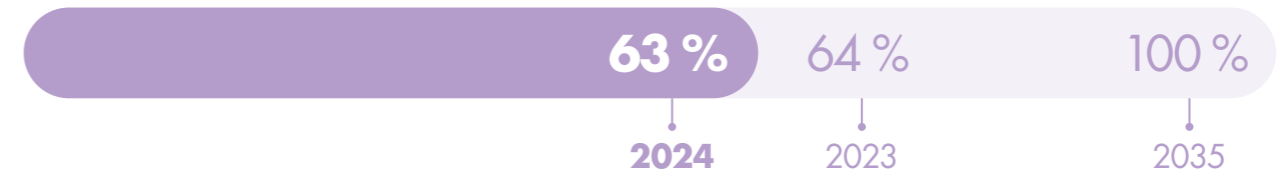
Le Conseil d'administration est quant à lui le garant de la vision stratégique de long terme de l'entreprise. Il définit ses grandes orientations stratégiques, incluant les questions environnementales et sociales, et s'assure de leur mise en place.

Il veille également à mettre en oeuvre le dispositif de prévention de la corruption et du trafic d'influence, ainsi qu'une politique de non-discrimination et de diversité au sein de l'entreprise.

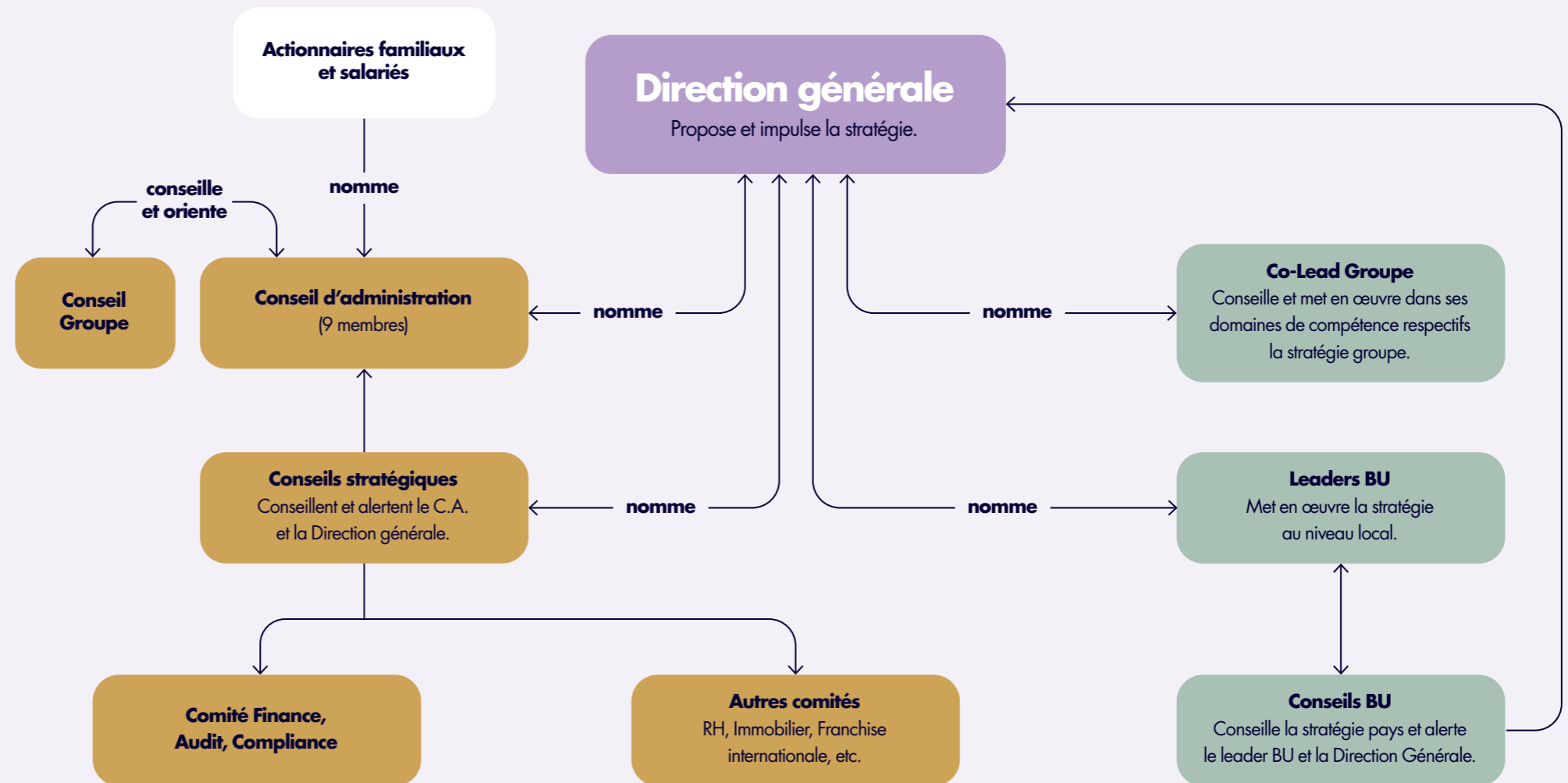
Le Conseil d'administration a notamment pour objectifs prioritaires l'accroissement de la valeur environnementale, sociale et économique de l'entreprise, et la défense de l'intérêt social. ■

### Performance 2024

% de collaborateurs actionnaires :



## Gouvernance KIABI



## 3. Partager la valeur créée ensemble

**Parce tous nos collaborateurs sont engagés dans la réussite du projet Kiabi, le partage de la valeur générée ensemble permet de distribuer les fruits de ce travail commun, en intégrant la valeur environnementale et sociale.**

### Une politique de rémunération variable

Nous partageons avec l'ensemble de nos collaborateurs une politique de rémunération qui permet d'associer chacun aux performances de Kiabi. Cela se traduit par la mise en place de rémunérations variables, à travers, en complément de la rémunération fixe :

- Des primes liées la performance de Kiabi (PPK),
- L'intéressement au résultat,
- La participation aux bénéfices.

Depuis 2023, nous intégrons la performance environnementale et sociale de Kiabi à la rémunération variable du comité de direction monde, des comités de direction pays et services centraux. Intitulée Positive Index en 2023, cette prime variable est devenue en 2024 l'ESG Index. Son évolution en 2024 répond au besoin de s'appuyer sur les éléments stratégiques de notre animation triple capital. En 2024, l'ESG Index représentait 20 % de la PPK des collaborateurs des comités de direction monde, pays et services. Il était composé :

- Pour un tiers, des performances liées au chiffre d'affaires durable\*,
- Pour un tiers, des performances liées aux résultats du Trust Index® Great Place To Work®,
- Pour un tiers, du résultat de notre NPS (Net Promoter Score), qui nous permet d'évaluer la satisfaction de nos clients.

Nous allons continuer à faire évoluer l'ESG Index en

2025, dans l'objectif de le rendre plus significatif, et de focaliser sur notre enjeu à réduire nos émissions carbone en lien avec notre Vision 2035. Dès 2025, l'ESG Index reposera donc sur un seul indicateur, celui lié aux émissions carbone, et représentera 15 % de la PPK des collaborateurs concernés.

\*Le chiffre d'affaires durable est issu de la vente de nos produits conçus avec des matières ou des procédés de fabrication moins impactants pour l'environnement, et de la vente de nos produits de seconde main.

### L'actionariat

Nos collaborateurs en France, Espagne et Italie ont la possibilité d'être actionnaires de Kiabi. Cette opportunité est une occasion de s'engager pleinement dans le projet de Kiabi, et d'être acteur des performances de l'entreprise. Chaque année, des experts audient Kiabi afin de réévaluer la valeur de la part. Pour la première fois en 2024, nous avons réalisé un exercice à blanc en intégrant dans cette évaluation les performances ESG (Environnemental/Social/Gouvernance) sous la forme d'un bonus-malus, calculé sur un score de 100 points, comprenant :

- 50 points pour la performance environnementale de Kiabi, basée sur nos indicateurs : émissions carbone, consommation d'eau douce, produits conçus avec des matières moins impactantes pour l'environnement ou des procédés de fabrication moins polluants, produits de seconde main,
- 25 points pour la performance sur la plan social, basée sur les indicateurs : usines de nos fournisseurs

audités A ou B sur la partie sociale, formation des collaborateurs, Trust Index® Great Place To Work®, insertion professionnelle,

→ 25 points pour la performance en termes de gouvernance : part des collaborateurs actionnaires, égalité hommes-femmes, satisfaction clients, chiffre d'affaires durables.

Au-delà d'un score de 70 points, la valeur de part est ainsi multipliée par 1,1. En-deçà de 50 points, elle est minorée en étant multipliée par 0,9. Après une première année à blanc en 2024, ces performances rentreront réellement dans le calcul de notre valeur de part en 2025. ■



### Faits marquants

- La mise en place de l'ESG Index, rémunération variable basée sur les performances environnementales et sociale, pour les collaborateurs des comités de direction monde, pays et services centraux.
- L'intégration des performances ESG dans l'évaluation de la valeur de part Kiabi, à travers un exercice à blanc en 2024.

## 4. Développer une vision triple capital

Pour soutenir la transition de notre modèle d'affaires et notre Vision 2035, nous avons défini 12 indicateurs ESG, qui nécessitent de faire évoluer le regard que nous portons sur la performance de Kiabi et sur son animation.

### Engager notre écosystème dans l'hybridation de notre modèle

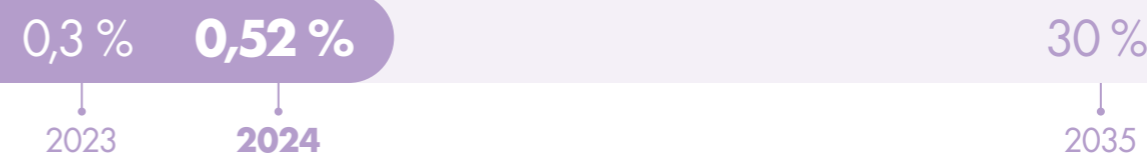
Afin d'engager l'ensemble de notre écosystème vers notre Vision 2035 et d'animer l'ESG à tous les niveaux, nous avons initié en 2024 plusieurs initiatives :

- Formation des membres de notre comité de direction monde et des membres de notre conseil à l'ESG et à la comptabilité triple capital,
- Intégration d'indicateurs environnementaux et sociaux dans la valeur de part de nos collaborateurs actionnaires. Nous avons réalisé un premier exercice à blanc en 2024 en intégrant ces nouveaux indicateurs dans l'évaluation de la valeur de part, qui viennent la majorer ou la minorer (voir « Notre politique de rémunération et d'actionariat »). Cette évolution a été communiquée à l'ensemble des collaborateurs actionnaires lors de notre assemblée générale dédiée à l'actionariat,
- Animation de nos 35 indicateurs ESG auprès de l'ensemble de nos collaborateurs chaque trimestre. Nous alignons ainsi la communication extra-financière sur les jalons de la communication financière.

Pour nous animer et nous faire accélérer sur ces sujets, nous suivons un nouvel indicateur, le chiffre d'affaires durable, issu de la vente de nos produits de seconde main et de nos produits conçus avec des matières premières et des procédés de fabrication moins impactants pour l'environnement.

### Performance 2024

% de chiffres d'affaires durable, issu de la vente de nos produits de seconde main et de nos produits conçus avec des matières premières et des procédés de fabrication moins impactants pour l'environnement :



### Faits marquants

- Un **Net Promoter Score (NPS)** de 70, iso à 2023.

### Les défis à relever

- Développer les tests autour des services pour continuer à décarboner nos activités, comme avec l'abonnement par exemple.
- Construire une gouvernance de la data pour fiabiliser nos données ESG.

### Vers une structuration et une fiabilisation de la data ESG

Pour mener cette transition et animer nos objectifs ESG, mais aussi pour nous mettre en conformité avec les exigences de la CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), nous menons un travail de fond autour de nos données extra-financières, afin de définir, structurer,

organiser mais aussi identifier les collaborateurs en charge de chacune de ces données.

Nous posons ainsi les bases d'une gouvernance de la data, en priorisant en premier lieu les chantiers autour de la data carbone (voir « Poser les bases de la gouvernance de la data environnementale »).

### La satisfaction client au coeur de notre performance

L'expérience Kiabi, perçue par nos clients, est également un élément clé de notre stratégie et un moteur de notre performance. Nous mesurons ainsi ce sujet à travers le Net Promoter Score (NPS), un indicateur de mesure de l'expérience client, qui permet d'établir une performance basée sur un score, intégrant la part de clients qui recommandent la marque et la part de clients qui détractent la marque.

En 2024, le NPS de Kiabi tous pays confondus s'élevait à 70, soit le même score qu'en 2023. ■



## 5. Éthique des affaires

**Intégrer l'éthique et une vision éclairée du risque dans l'ensemble de nos activités est une responsabilité que nous devons animer à tous les échelons de l'entreprise, en donnant les moyens à chaque collaborateur d'agir en conformité avec notre code de conduite et notre éthique.**

### Nos leviers pour agir avec éthique

Depuis 2022, l'un de nos services est spécifiquement dédié à l'éthique des affaires au sein de la direction performance. Le Data Protection Officer anime les sujets de protection des données personnelles, afin d'assurer la conformité avec le Règlement Général sur la Protection des Données à caractère personnel (RGPD). Il a en charge l'animation du dispositif de prévention et de lutte contre la corruption, en conformité avec la loi Sapin II. Ce service accompagne également les enjeux de la loi du devoir de vigilance sur les questions de droits humains et de protection de l'environnement.

Notre approche des sujets éthiques s'appuie sur trois leviers :

- Acculturer nos équipes aux enjeux éthiques,
- Respecter les lois et règlements, pour une mise en conformité exigeante,
- Intégrer les pratiques éthiques dans l'ensemble des organisation et processus de Kiabi.

### Acculturer nos collaborateurs

Guidé par le Comité Finance, Audit et Compliance, en lien avec les équipes ressources humaines, nous sensibilisons nos collaborateurs pour leur permettre d'agir avec transparence et intégrité, en lien avec les lois et règlements applicables. Nous les formons également à adopter une démarche volontaire, sécuritaire et responsable

sur les questions vis-à-vis des femmes et des hommes, de l'environnement, de l'entreprise et de l'ensemble de nos parties prenantes. Nous accompagnons tout particulièrement les leaders d'achats directs et indirects, qui évoluent dans un contexte international. Nous aidons également les équipes en charge du développement à identifier les risques liés à l'ouverture de nouveaux points de contact. En 2024, nous avons organisé trois interventions sur ces sujets en Comité Finance, Audit, Compliance et une lors d'un conseil d'administration.

### Assurer le respect des lois et règlements

En conformité avec le RGPD, nous mobilisons les équipes autour de la protection des données personnelles.

Pour cela, nous sommes organisés autour de trois enjeux :

- Surveiller le respect des procédures et des pratiques,
- Garantir le respect des droits des clients et collaborateurs,
- Tenir à jour les informations légales.

Concernant la loi Sapin II, nous nous appuyons sur les recommandations de l'Agence Française Anticorruption (AFA) pour définir un programme de prévention et de lutte contre la corruption s'appuyant sur huit leviers :

- Des référentiels tels que le code de conduite anticorruption (interne) et le code de conduite éthique partenaire,



- La mise en place d'un dispositif d'alerte interne et externe,
- la réalisation d'une cartographie des risques de corruption,
- l'évaluation des tiers,
- la mise en oeuvre de contrôles comptables,
- des actions de prévention de la corruption,
- la mise en oeuvre d'un régime disciplinaire,
- la mesure de la performance du dispositif de lutte anti-corruption.

Notre code de conduite anti-corruption est adossé à notre règlement intérieur en France et s'appuie sur le régime disciplinaire de ce dernier en vigueur. Il est ainsi accessible à tous nos collaborateurs français. Notre dispositif d'alerte interne et externe est accessible en vingt langues, incluant les langues de nos pays de production et de distribution, afin de faciliter les lancements d'alertes. En interne, cet outil vient compléter un ensemble de canaux d'alerte, regroupant le management de proximité et les partenaires sociaux.



## La gouvernance de l'éthique

Kiabi intègre des pratiques éthiques à tous les niveaux de l'organisation. Nous souhaitons que les postures et pratiques éthiques soient présentes et s'intègrent dans toutes les opérations. C'est pourquoi nous avons intégré ces sujets dans le comité Finance, Audit, Compliance

afin d'être au plus près des préoccupations des équipes. Dans notre approche triple capital, les enjeux éthiques sont évalués au même niveau que les enjeux financiers.

## Le devoir de vigilance

Notre plan de vigilance s'appuie sur des audits dans toutes les usines de production de nos fournisseurs, là où nos risques sont les plus importants en termes de non-respect des droits de l'Homme et de protection de l'environnement. Les risques sont analysés sur les thématiques sociales et environnementales via notre grille d'audit : travail des enfants, travail forcé, discrimination, pratiques disciplinaires, santé/sécurité, liberté d'association, heures de travail, salaires et indemnités, environnement, standards éthiques.

Sur chacune de ces thématiques, nous analysons les risques pays par pays, fournisseur par fournisseur, usine par usine, en reprenant les résultats de l'ensemble des audits réalisés en 2024.

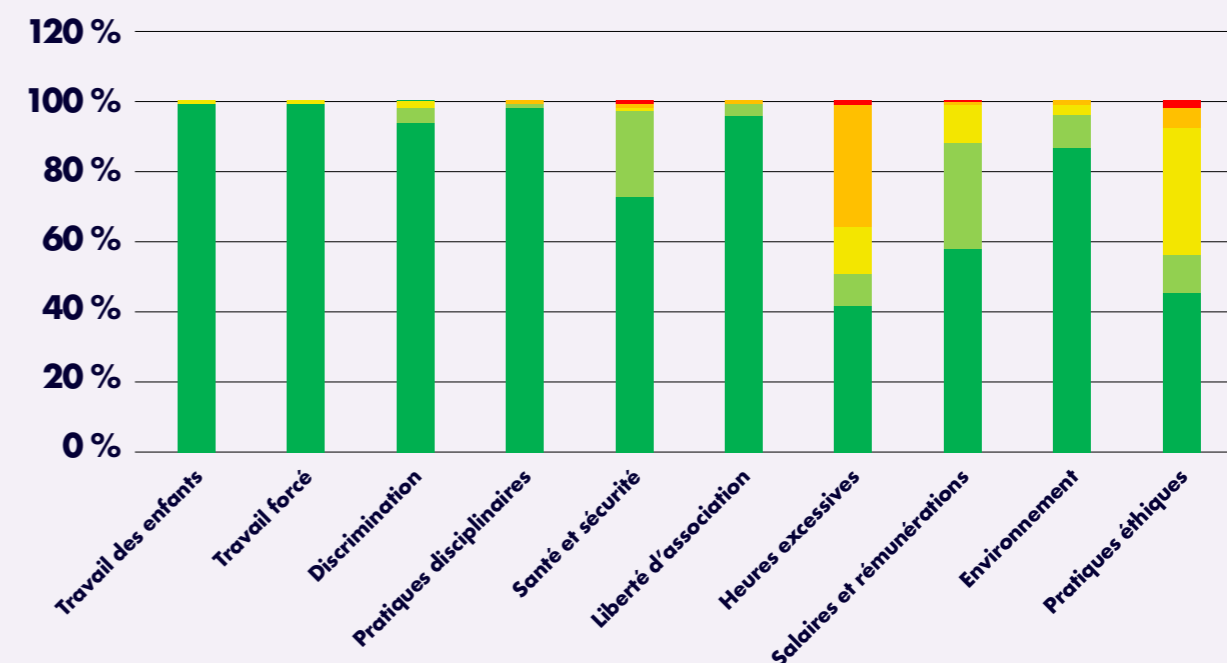
Les principaux risques qui ressortent et sur lesquels nous travaillons concernent les heures de travail excessives, les sujets de santé et sécurité des bâtiments ainsi que les standards éthiques dans les usines. De manière mensuelle et annuelle, notre responsable de la conformité environnementale et sociale en Asie partage ces points de vigilance aux responsables pays d'achats, à leurs équipes pour mise en place de plans d'actions opérationnels, ainsi qu'aux responsables éthique des affaires, RSE et audit interne.

En 2024, les plans d'actions ont porté sur :

**Les heures de travail excessives :** les équipes approvisionnement, merchandising, capacité et conformité travaillent ensemble pour comprendre la cause première de ces heures de travail excessives dans les usines en question et cherchent des moyens pour atténuer le risque, comme par exemple :

## Analyse des risques sociaux par thématique

Bilan 2024 pour les usines de fournisseurs de tier 1



→ Travail en cours sur nos produits permanents qui permet de donner de la visibilité sur un horizon plus long terme à nos fournisseurs pour lisser les flux de commandes et ainsi éviter les pics de production,

→ Analyse des équipes en charge de la planification des capacités de production d'un possible double sourcing pour lisser la charge d'activité chez nos fournisseurs,

→ Alerte de ces mêmes équipes lors d'une situation de surcharge.

**Santé et sécurité :** la plupart des problèmes identifiés sont liés à la sécurité incendie et électrique, ainsi qu'à des équipements de protection individuelle incomplets.

→ L'équipe chargée de la conformité rappelle constamment aux fournisseurs et aux usines ces aspects,

qui peuvent être négligés en particulier pendant les périodes de pic de production. Une formation et une auto-évaluation constantes de la part des fournisseurs et des usines sont demandées.

**Standards éthiques :** nous demandons à nos fournisseurs de partager le code de conduite Kiabi non seulement avec leurs usines de rang 1, mais aussi avec celles de rang 2 et 3. Les fournisseurs sont tenus de procéder à un audit interne dans les usines et de conserver une trace de l'analyse des risques en matière d'éthique des affaires.

À noter qu'une notation E des risques est sanctionnée par un arrêt de collaboration avec le fournisseur, en l'absence de remédiation dans les six mois.

## Maîtriser le risque informatique

La sécurité de nos systèmes d'information est vitale au bon fonctionnement des activités de Kiabi. Elle est également capitale pour assurer nos responsabilités contractuelles et légales (RGPD, NIS2, ...), respecter les certifications (EOA), les standards (PCIDSS) qui nous sont applicables. Le risque informatique est devenu une préoccupation majeure qui intègre la surveillance des équipes compliance ainsi que celle des équipes informatiques.

En 2024, nous avons continué à progresser dans le domaine de la sécurité informatique : notre taux de conformité sécurité informatique est désormais de 88 %, soit quatre points de plus qu'en 2023. Calculé par l'agence de notation Bitsight, ce taux est le résultat de 18 points de contrôles répartis en 4 catégories sur l'ensemble de nos services informatiques exposés sur Internet. Pour chaque contrôle, est attribué un nombre de points, pour une note finale sur 820. L'indicateur est ensuite ramené en % pour plus de lisibilité. Les actions qui nous ont permis de progresser en 2024 sont :

→ La professionnalisation de deux équipes sécurité dédiées à la sécurité digitale et à la sécurité opérationnelle. Nous avons notamment mené un plan cybersécurité sur la partie digitale, et initié des plans d'actions pour remettre

à niveau nos sites e-commerce,  
 → Le pilotage soutenu de notre sécurité opérationnelle,  
 → La mise à niveau du plan de reprise d'activité,  
 → L'acquisition d'un outil de gouvernance sécurité informatique globale et locale,  
 → L'industrialisation du process d'intégration de la sécurité dans les projets (ISP).

## Intégrer l'ESG à la relation avec nos fournisseurs

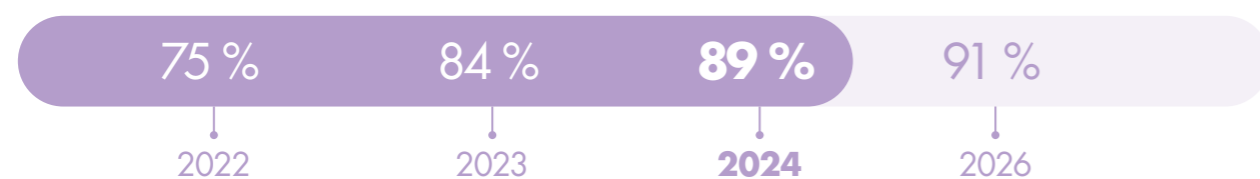
La relation avec les fournisseurs des produits fabriqués à destination de nos clients est cadrée par notre Code de conduite intégré dans les contrats signés avec les fournisseurs avec lesquels nous contractualisons directement, qui définit les exigences de Kiabi en matière sociale et environnementales.

Ce code de conduite s'appuie sur des normes internationales reconnues telles que la Charte des Nations-Unies, le Code International du Travail, la déclaration Universelle des Droits de l'Homme et les législations en vigueur localement. Il interdit, entre autres, le travail des enfants, le travail forcé, la discrimination et garantit la liberté d'association. Il cadre également les conditions de sécurité, les heures de travail ou les exigences environnementales re-



## Performance 2024

Taux de conformité sécurité informatique :



quises par Kiabi. Nous menons des audits réguliers chez nos fournisseurs afin de nous assurer du respect de ce code de conduite (voir sur l'organisation de nos audits et nos plans d'actions en cas de non conformité). Concernant nos achats indirects, nous avons travaillé en 2024 à l'écriture d'une politique d'achats indirects, qui se réfère à notre code éthique interne ainsi qu'au code de conduite Kiabi. Cette nouvelle politique s'appuie notamment sur des critères de qualification de nos fournisseurs, qui permettent d'évaluer les points suivants :

→ Alignement avec les exigences de notre code de

conduite,  
 → Approche environnementale,  
 → Respect de la conformité,  
 → Stabilité financière,  
 → Capacité opérationnelle,  
 → Références et réputations,  
 → Risques.

Nous segmentons notre base de plus de 4 000 fournisseurs pour les achats indirects, afin de focaliser nos actions sur les fournisseurs les plus stratégiques et aux plus forts impacts.



### Incidents de fraude et corruption

À l'occasion de vérifications internes, nous avons découvert en 2024 avoir été victime d'une fraude financière. Ce sujet a immédiatement été pris en charge par les instances dirigeantes. Toutes les actions

nécessaires, y compris judiciaires, ont été engagées afin d'identifier les personnes responsables et obtenir le recouvrement du montant de la fraude. Il s'agit d'une fraude d'une extrême sophistication, menée en bande organisée à une échelle internationale.

Par ailleurs, les procédures internes et les opérations de contrôle au sein de l'entreprise ont également été renforcées.

Cette fraude ne remet en rien en cause la situation financière de Kiabi et n'a pas de conséquence sur le maintien de notre trajectoire et de nos ambitions. La justice a été saisie. Une information judiciaire a été ouverte et les investigations sont en cours.

### Influence politique et activités d'influence

Au-delà des murs de Kiabi, nous contribuons aux enjeux de notre filière afin d'adresser collectivement les défis environnementaux et sociaux. Nous sommes ainsi actionnaire et membre du conseil de ReFashion, l'éco-organisme de la filière textile, habillement, linge de maison et chaussures (voir « Contribuer aux enjeux de collecte et de tri de la filière »).

En complément, nous sommes également membre de l'Alliance du Commerce et de la Fédération Procos, à travers lesquelles nous avons contribué aux échanges concernant la proposition de loi française visant à démoder la mode éphémère grâce à un système de bonus-malus, dite loi anti-fast fashion.

Nous avons également en 2024 fait partie du groupe de travail sur l'affichage environnemental, mené par le ministère de l'Aménagement du Territoire et de la Transition Ecologique. Nous avons ainsi pu faire part de nos expertises et retours sur la méthodologie, l'affichage et avons partagé nos études clients sur le sujet. Nous ferons partie des entreprises volontaires qui déploieront l'éco-score en 2025. ■



## 6. Agir dans un écosystème ouvert

**Adresser de nouveaux enjeux environnementaux ou sociétaux et faire évoluer nos modèles pour s'adapter à ces défis nécessite une ouverture forte de Kiabi sur son écosystème et ses parties prenantes. C'est en cherchant ensemble des réponses à ces questions que nous pourrions proposer des solutions qui nourriront toute la filière de la mode et coopérer avec tous ses acteurs.**

### Nos parties prenantes :

→ **Des Kiabers engagés** pour une mode accessible à tous les budgets, styles, moments de vie, morphologies et toutes les différences. Nous mesurons leur satisfaction via une enquête annuelle anonymisée (Great Place to Work).

→ **Des fournisseurs partenaires** que nous accompagnons et avec lesquels nous travaillons pour plus de responsabilité sociale et environnementale.

→ **Des clients** qui nous guident en partageant leurs attentes. Nous tenons compte de leur satisfaction/recommandation via le NPS et de leurs remarques sur les réseaux sociaux.

→ **Des partenaires affiliés et franchisés** partout dans le monde que nous accompagnons dans leurs ouvertures de magasin, formation des équipes et des dirigeants et que nous associons à nos démarches stratégiques.

→ **Des prestataires de service** (travaux, formation, informatique, accueil, etc.) avec lesquels nous construisons des partenariats.

→ **Des associations / ONG** que nous soutenons via notre Fonds de dotation, le projet Le Petit Magasin ou encore des actions solidaires dans l'ensemble de nos pays.

→ **Des médias**, avec lesquels nous interagissons volontiers de manière pragmatique, transparente et sincère.

→ **Des actionnaires salariés et familiaux**

qui sont nos ressources, ils contrôlent et assurent des investissements pour une entreprise résiliente et durable.



### Nos partenariats :

#### ACTS AND FACTS

##### actsandfacts.org

Mouvement de femmes, d'hommes et d'entreprises menant ensemble des actions concrètes pour accélérer la transition écologique. Kiabi en est membre depuis 2019 et participe aux groupes de travail sur l'écoconception des produits, la sensibilisation des collaborateurs aux enjeux environnementaux et le recyclage des textiles en fin de vie.

#### AMFORI

##### amfori.org

Kiabi a rejoint Amfori en 2018. Nous partageons les valeurs et la mission d'Amfori qui pense qu'aujourd'hui, en sus de l'aspect économique, il est important de prendre en compte dans nos actions l'Homme et la planète. Nous nous engageons conjointement à améliorer notre recours aux ressources naturelles et à mener des relations commerciales ouvertes.

#### BETTER COTTON INITIATIVE

##### bettercotton.org

Est une organisation mondiale à but non lucratif dont l'objectif est de former les producteurs de coton à des pratiques agricoles plus durables, afin d'améliorer leur qualité de vie et réduire l'impact sur l'environnement. Cet accompagnement vise à informer les cultivateurs des conditions conformes aux droits des travailleurs, leur apprendre à utiliser l'eau de manière efficace, à prendre soin des sols et des habitats naturels ainsi qu'à réduire l'utilisation des produits chimiques les plus nocifs dans la culture du coton. Kiabi soutient la démarche Better Cotton Initiative depuis 2019.

#### CETIA

##### cetia.tech

Le CETIA, dont nous sommes adhérents depuis début 2022, met au point les solutions pour transformer les articles textile et cuir en gisement de matière à recycler. Grâce à l'automatisation, la robotique et l'intelligence artificielle, nous construisons des systèmes performants pour rendre les opérations de recyclage compétitives. Nous accompagnons les metteurs en marché, les collecteurs-trieurs et les recycleurs dans la conception et le déploiement des solutions innovantes pour donner vie à leurs projets de valorisation des gisements textile et cuir.

#### CITEO

##### citeo.com

Citeo est une entreprise à mission créée par les entreprises du secteur de la grande consommation et de la distribution pour réduire l'impact environnemental de leurs emballages et papiers, en leur proposant des solutions de réduction, de réemploi, de tri et de recyclage.

#### LA FÉDÉRATION DE LA MODE CIRCULAIRE

##### federationmodecirculaire.fr

Elle représente 180 adhérents de l'industrie de la mode circulaire. et de l'industrie du recyclage textile.

#### ICS (INITIATIVE CLAUSE SOCIALE)

##### ics-asso.org

ICS est une initiative internationale qui vise à améliorer les conditions de travail tout au long de la chaîne l'approvisionnement de ses membres distributeurs et marques. Nous les avons rejoints en décembre 2021 pour collaborer aux outils communs et mutualiser nos audits d'usines.

Nous contribuons ainsi à réduire la fatigue aux audits des fournisseurs, partager nos savoirs, nos bonnes pratiques et co-construire la traçabilité de nos approvisionnements.

#### ILO (INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION)

##### ilo.org

La crise du COVID-19 a provoqué une forte perturbation économique dans toute l'industrie de l'habillement. Le Call to action de l'ILO, organisme relié à l'Organisation des Nations Unies, vise à protéger les revenus, la santé et l'emploi des ouvriers du secteur pendant cette période. Cette action globale invite aussi à avancer vers un système de protection sociale pérenne pour une industrie de la mode plus juste et résiliente ce qui est aligné avec notre Vision chez Kiabi.

#### ORGANIC COTTON ACCELERATOR

##### organiccottonaccelerator.org

OCA unit le secteur textile pour libérer le potentiel du coton biologique et générer un changement positif pour les Hommes et la planète. OCA pense qu'en y travaillant ensemble, il est possible de créer les conditions de développement du coton biologique.

Chaque dollar investi dans leur programme améliore la prospérité des fermiers, contribue à la durabilité et enfin renforce l'intégrité du secteur du coton.

OCA soutient les fermiers car ils sont les catalyseurs de ce changement, les gardiens de la terre. En soutenant le fermier, on renforce le secteur du coton et sauvegarde la planète. Kiabi a rejoint OCA en 2021.

**ORSE****orse.org**

L'Observatoire de la Responsabilité Sociétale des Entreprises est multi-parties prenantes qui accompagne les stratégies RSE des entreprises.

**PARIS GOOD FASHION****parisgoodfashion.fr**

Association qui vise à faire de Paris la capitale d'une mode plus responsable d'ici 2024, année des Jeux Olympiques. Créée en 2019 à l'initiative de la Mairie de Paris, Paris Good Fashion fédère plus d'une centaine d'acteurs (grands groupes, distributeurs, ONG, fédérations, startups...), autour d'un objectif commun : accélérer la transition environnementale et sociale du secteur. Au quotidien, Kiabi s'emploie à améliorer et transformer les pratiques de l'industrie à travers sa participation aux groupes de travail depuis fin 2021.

**ReFashion****ReFashion.fr**

Éco-organisme de la Filière Textile d'habillement, Linge de maison et Chaussure. Il assure, pour le compte de plus de 5 000 entreprises, la prévention et la gestion de la fin de vie de leurs produits, mis sur le marché grand public. Au cœur de l'écosystème de la Filière Textile d'habillement, linge de maison et chaussure, ReFashion propose des outils, des services, des informations qui facilitent et accélèrent la transformation vers l'économie circulaire. Kiabi est adhérent de ReFashion depuis plus de 10 ans et actionnaire depuis 3 ans. Nous participons donc au conseil d'administration mais aussi aux groupes de travail multi-entreprises comme les comités nomenclature, éco-modulation et communication.

**REFOREST'ACTION****reforestaction.com**

Reforest'Action accompagne les entreprises dans

la transformation de leur modèle, vers des modèles régénératifs du vivant. Reforest'Action agit sur trois leviers : le développement de projets carbone, la promotion de l'agriculture régénératrice, la recherche et l'innovation au service de l'impact.

**TEXTILE EXCHANGE****textileexchange.org**

Est une organisation à but non lucratif générant un impact positif sur le changement climatique pour l'industrie textile et habillement. Elle accompagne une communauté grandissante de marques, fabricants et fermiers vers une production repensée dès le début de la chaîne d'approvisionnement.

D'ici 2030, son objectif est d'amener l'industrie à réduire ses émissions à gaz à effet de serre de 45 % dans la production de fibres. Son approche est globale et coordonnée, en vue d'accélérer l'adoption de pratiques agricoles qui améliorent l'état de l'eau, la sauvegarde des sols et de la biodiversité. Pour un changement réel, tout le monde a besoin d'un cap clair vers un impact positif. C'est pourquoi Textile Exchange pense qu'une démarche accessible, d'amélioration continue associée à des actions collectives peut faire évoluer le modèle pour que les matières et fibres plus durables deviennent une option incontournable, en mobilisant les leaders du secteur à travers des stratégies atteignables, des solutions concrètes et une communauté motivée.

**RE-VISTE****re-viste.org**

Pour contribuer au déploiement de solutions à l'échelle de la filière textile et chaussures en Espagne, Kiabi a rejoint le collectif Re-Viste, fondé par l'Association espagnole pour la gestion des déchets textiles et de la chaussure en 2024 à Madrid. ■

**→ Médias**

Médias avec lesquels nous interagissons volontiers de manière pragmatique, transparente et sincère. Nous leur proposons depuis 2019 une conférence de presse annuelle en France et répondons à leurs sollicitations ponctuelles.

**→ Associations / ONG**

que nous soutenons via notre Fonds de dotation, le projet Le Petit Magasin ou encore des actions solidaires dans l'ensemble de nos pays. Kiabi est signataire d'un accord avec Business Social Compliance Initiative / Business Environmental Performance Initiative depuis 2018.

Nous soutenons de nombreuses structures associatives, notamment à travers notre Fonds de dotation dont notamment la Ligue contre le Cancer, l'Agence du Don en Nature, Humana Italie, La Croix rouge, etc. Nous travaillons en partenariats avec des associations d'insertion professionnelle dans le cadre du développement de boutiques solidaires « Le Petit Magasin ».



**KIABI**

# Annexes.

## Détail des indicateurs de 2018 à 2024

68

---

69

---

70

---

70

---

71

## Détail des accords collectifs par pays

73

---

74

---

74

---

75

---

76

---

77



## DÉTAIL DES INDICATEURS DE 2018 À 2024

# 1. Agir pour l'environnement

Changement climatique	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Emissions carbone en millions de T eq CO <sub>2</sub> - scope 1/2/3	2,8			2,686	2,436	2,082	2 279
Base 2022 recalculée avec changements méthodologiques						2,211	2 279
% de réduction des émissions équivalent CO <sub>2</sub> , en valeur absolue par rapport à 2022 recalculé						-5,8 %	-4,3 %
Intensité carbone au kg de produit acheté en Kg eq. CO <sub>2</sub>					42,76	41,32	37,60
Intensité carbone au produit vendu en Kg eq. CO <sub>2</sub>	9,3			8,8	7,7	7,1	7,6
% de réduction d'intensité carbone au produit vendu vs 2018				-5 %	-17 %	-24 %	1,2 %

Consommation d'eau	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Consommation d'eau de nos propres sites en m <sup>3</sup>						98 975	
Consommation nette d'eau douce en m <sup>3</sup>					217,8	158,8	175,9
% variation consommation nette d'eau douce						-27 %	-19 %

Occupation des sols	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Occupation des sols en kha							90,3

Éco-conception produits	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
% offre éco-conçue hors article exclus web, chaussures et accessoires (en pièces)		19 %	34 %	66 %	74 %	75 %	87 %
% de quantités de produits textiles achetés en niveau 1 d'éco-conception (matières premières à impact environnemental réduit)					72 %	73 %	93 %
% de quantités de produits textiles achetés en niveau 2 d'éco-conception (process de fabrication à impact environnemental réduit)						6,0 %	9,6 %
% de quantités de produits achetés en niveau 3 d'éco-conception (fabrication dans une usine de rang 1 répondant à nos critères du « green manufacturing assessment »)						6,4 %	5,9 %
<b>% de quantités de produits textiles achetés en niveau 1+2 d'éco-conception</b>						<b>6,0 %</b>	<b>9,6 %</b>
<b>% de quantités de produits achetés en niveau 1+2+3 d'éco-conception</b>						<b>0 %</b>	<b>0,1 %</b>

Répartition des matières utilisées (en tonnage de produits finis)	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
- Coton bio					6,7 %	7,6 %	20,7 %
- Coton BCI*					41,7 %	31,3 %	29 %
- Coton en conversion					0,8 %	2,4 %	4 %
- Coton recyclé					1,3 %	2,4 %	4,5 %
- Coton conventionnel					14,4 %	15,2 %	6,5 %
- Lin, chanvre...					0,3 %	0,4 %	0,5 %
- Laine					0,3 %	0,3 %	0,3 %
- Polyester recyclé					3,8 %	7,8 %	10,2 %
- Polyester					16,4 %	16,6 %	11,3 %

\*Le coton BCI représente 15 976 tonnes de produits finis (hors chutes de production soit une estimation à 27 160 tonnes y compris chutes de production).

- Cellulosiques à impact env. réduit (Ecovero, Lyocell, Tencel...)	0,3 %	2,1 %	2,8 %
- Cellulosiques conventionnels	4,7 %	3,5 %	1,3 %
- Autres matières synthétiques recyclées (polyester, polyamide, acrylic)	0 %	0,3 %	1,1 %
- Autres matières synthétiques conventionnelles	5,9 %	6,2 %	4,1 %
- Autres	3,4 %	3,9 %	3,7 %

## Répartition des fibres utilisées (en tonnage de produits finis)

- Matières naturelles	65,5 %	65,5 %	69,2 %
- Matières synthétiques	29,5 %	28,9 %	26,6 %
- Matières cellulosiques	5,0 %	5,6 %	4,1 %

**% matières recyclées (en tonnage de produits finis)** **5,2 %** **10,5 %** **15,7 %**

**% produits textiles mono composition** **45 %** **46 %** **48 %** **51 %** **47 %** **47 %** **38 %**

Circularité	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
% de produits de seconde main dans l'ensemble de nos articles vendus					0,2 %	0,5 %	0,4 %

Fin de vie	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Tonnes de textiles et chaussures collectés	38	112	119	180	388	477	
% tonnes de textiles et chaussures collectés sur les tonnes mises sur le marché en N-2						0,9 %	

Origine produits	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>% des quantités expédiées par pays de production</b>							
- Bangladesh	34 %	37 %	39 %	41 %	42 %	42 %	41 %
- Chine	29 %	26 %	26 %	28 %	23 %	20 %	21 %
- Inde	18 %	16 %	13 %	12 %	12 %	15 %	15 %
- Cambodge	8 %	7 %	6 %	6 %	6 %	7 %	10 %
- Pakistan	2 %	3 %	4 %	5 %	4 %	3 %	5 %
- Myanmar	3 %	6 %	6 %	2 %	7 %	6 %	2 %
- Indonésie	3 %	2 %	2 %	3 %	3 %	1 %	2 %
- Vietnam	2 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %
- Turquie	1 %	1 %	2 %	3 %	3 %	4 %	3 %
- Egypt	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0,2 %	0,1 %
- Ethiopie	0 %	0,1 %	0,1 %	0 %	0 %	0 %	0 %
- Sri Lanka	0 %	0,1 %	0,3 %	0,2 %	0,1 %	0 %	0 %
- Maroc	0 %	0 %	0,3 %	0,1 %	0,1 %	0 %	0 %
<b>% Grand import</b>	<b>95 %</b>	<b>95 %</b>	<b>96 %</b>	<b>96 %</b>	<b>96 %</b>		
<b>% Importateurs</b>	<b>5 %</b>	<b>5 %</b>	<b>4 %</b>	<b>4 %</b>	<b>4 %</b>		

Transport	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Transport amont</b>							
• Départ pays d'origine							
Maritime	93 %	92 %	87 %	90 %	94 %	95 %	95 %
Aérien (dont maritime + aérien)	5 %	5 %	10 %	6 %	3 %	1 %	2 %
Ferrovière	1 %	1 %	1 %	1 %	3 %	0 %	0 %

Route	1 %	2 %	2 %	4 %	0 %	4 %	3 %
• Arrivée Europe							
Route	82 %	72 %	65 %	89 %	82 %	70 %	89 %
Multimodal (train + barge)	18 %	28 %	35 %	11 %	18 %	30 %	11 %
<b>Transport aval</b>							
Route					92 %	91 %	90 %
Maritime					7 %	9 %	9 %
Aérien (dont maritime + aérien)					0 %	0 %	1 %

## 2. Accompagner les kiabers

Effectifs	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Donnée consolidée groupe</b>	<b>10 315</b>	<b>10 052</b>	<b>9 052</b>	<b>9 107</b>	<b>9 536</b>	<b>9 049</b>	<b>8 997</b>
<b>Effectifs détaillés par pays</b>	<b>10 315</b>	<b>10 052</b>	<b>9 052</b>	<b>9 107</b>	<b>9 536</b>	<b>9 049</b>	<b>8 997</b>
- Territoire France	6 426	6 508	6 204	6 206	6 770	6 381	6 202
- Espagne	1 532	1 513	1 262	1 255	1 372	1 265	1 392
- Italie	609	579	533	616	690	676	686
- Portugal	53	99	67	98	97	133	146
- Belgique	208	303	246	294	308	305	297
- Asie	572	306	298	301	299	289	274
- Russie	816	653	545	517			
- Brésil	99	91					
- % management				18 %	16 %	17 %	17 %
- % employés				82 %	84 %	83 %	83 %
- % hommes				18 %	18 %	19 %	19 %
- % femmes				82 %	82 %	81 %	81 %
- % temps plein				54 %	54 %	56 %	56 %
- % temps partiel				46 %	46 %	44 %	44 %
- % âge < 30 ans				41 %	43 %	39 %	40 %
- % âge 30-50 ans				47 %	45 %	48 %	46 %
- % âge > 50 ans				12 %	12 %	13 %	14 %
- % CDD				19 %	25 %	20 %	21 %
- % CDI				81 %	75 %	80 %	79 %

Satisfaction Kiabers (Trust index de Great Place to Work)	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Donnée consolidée groupe</b>				<b>73 %</b>	<b>74 %</b>	<b>74 %</b>	<b>75 %</b>
- Territoire France				71 %	72 %	72 %	74 %
- Espagne				79 %	78 %	75 %	79 %
- Italie				77 %	79 %	80 %	76 %
- Portugal				89 %	87 %	85 %	77 %
- Belgique				82 %	82 %	86 %	81 %
- Asie				81 %	78 %	79 %	77 %
- Russie				76 %			

Turnover	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Donnée consolidée groupe</b>				<b>9,7 %</b>	<b>18,4 %</b>	<b>19,2 %</b>	<b>20,4 %</b>
- Territoire France	16%	18,0 %	10,6 %	14,4 %	18,9 %	14,6 %	19,5 %
- Espagne		10 %	3,1 %	15,4 %	19,7 %	45,5 %	28 %
- Italie		9,0 %	6,8 %	5,9 %	6,6 %	14,0 %	10,4 %
- Portugal		97,8 %	42,6 %	56,1 %	21,9 %	17,2 %	10,4 %
- Belgique			8,0 %	18,5 %	23,0 %	19,6 %	19,8 %
- Russie			26,7 %	45,2 %	0 %		
- Asie		0,7 %	0,9 %	0,9 %	33,5 %	12,7 %	30,4 %

Formations	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Nb d'heures de formation totales dispensées</b>			<b>59 757</b>	<b>97 040</b>	<b>90 957</b>	<b>97 676</b>	<b>98 404</b>
<b>Nb d'heures de formation non obligatoires dispensées</b>						<b>72 484</b>	<b>73 336</b>
- Territoire France						35 139	36 416
- Espagne						29 902	28 808
- Italie						2 898	2 996
- Portugal						603	1 680
- Belgique						2 716	1 169
- Asie						1 467	2 191

% de Kiabers formés pour développement de compétences (hors formations obligatoires)	2022	2023	2024
<b>% de Kiabers formés pour développement de compétences (hors formations obligatoires)</b>	<b>46,4 %</b>	<b>43,8 %</b>	
- Territoire France	46,1 %	41,9 %	
- Espagne	56,8 %	58,2 %	
- Italie	42,1 %	35,2 %	
- Portugal	36,4 %	32,2 %	
- Belgique	22,1 %	29,9 %	
- Asie	51,8 %	59 %	

Nb de Kiabers formés pour développement de compétences (hors formations obligatoires)	2022	2023	2024
<b>Nb de Kiabers formés pour développement de compétences (hors formations obligatoires)</b>	<b>7 457</b>	<b>6 752</b>	
- Territoire France	5 322	4 854	
- Espagne	1 317	1 246	
- Italie	447	357	
- Portugal	64	47	
- Belgique	148	67	
- Asie	159	181	

Nb d'heures de formation par Kiaber formé pour développement de compétences (hors formations obligatoires)	2022	2023	2024
<b>Nb d'heures de formation par Kiaber formé pour développement de compétences (hors formations obligatoires)</b>	<b>4,5</b>	<b>4,8</b>	
- Territoire France	3,00	3,10	
- Espagne	12,90	13,45	
- Italie	2,73	3,03	
- Portugal	3,40	11,50	
- Belgique	3,70	5,20	
- Asie	4,78	7,14	

Santé sécurité des Kiabers	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Maladies professionnelles</b>				<b>0,3 %</b>	<b>0,3 %</b>	<b>0,4 %</b>	<b>0,4 %</b>
- Territoire France	0,3 %	0,5 %	0,4 %	0,5 %	0,4 %	0,6 %	0,6 %

- Espagne	0,3 %	0,2 %	0 %	0 %	0 %	0 %	
- Italie	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	
- Portugal	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	
- Belgique	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	
- Russie	0 %	0 %	0 %				
- Asie	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	
<b>Absentéisme</b>			<b>5,3 %</b>	<b>6,3 %</b>	<b>6,7 %</b>	<b>7,1 %</b>	
- Territoire France	10 %	5,0 %	5,2 %	5,5 %	5,9 %	6,0 %	6,5 %
- Espagne		5,4 %	6,5 %	6,0 %	9,9 %	10,4 %	10,9 %
- Italie		1,6 %	2,0 %	2,6 %	3,0 %	2,0 %	2,3 %
- Portugal			31,8 %	21,9 %	2,9 %	6,3 %	4,6 %
- Belgique			3,2 %		14,4 %	23,2 %	16,1 %
- Russie			2,1 %	4,1 %			
- Asie		0,7 %	0,6 %	0,8 %	1,0 %	1,1 %	0,9 %
<b>Taux de fréquence des accidents du travail</b>			<b>15,4</b>	<b>23,9</b>	<b>23,3</b>	<b>19,9</b>	
- Territoire France	40,7	22,1	16,0	17,2	26,1	24,7	21,2
- Espagne			14,1		19,7	18,0	17,7
- Italie			5,2	3,3	7,6	10,9	7,3
- Portugal				541,1	15,5	397,7	
- Belgique				4,9	8,7	16,7	15,1
- Russie							
- Asie			374,6				

## 3. Mode inclusive

Le Petit Magasin : business solidaire	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nb d'ouvertures	0	0	3	6	7	7	3
Nb total de Petits Magasins	1	1	4	10	17	24	25
<b>Nb de personnes entrées en insertion professionnelle via les Petits Magasins en cumul depuis 2020</b>				<b>75</b>	<b>164</b>	<b>273</b>	<b>394</b>
Pièces de dons de vêtements			100 000	427 740	858 084	1 398 943	1 001 240
Heures de formation octroyées par des Kiabers à des personnes en insertion				1 541	2 515	3 346	1 741
Nb de personnes en parcours d'insertion				36	89	130	152
Nb de familles bénéficiaires				27 632	93 502	185 752	232 230
Nb d'emplois créés (ou sorties dynamiques)				4	19	41	41
Fonds de dotation : Kiabi Life	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Dons aux associations partenaires				106 430	163 508	130 695	322 298
Bénéficiaires							34 112
Nb de Kiabers impliqués				6 850	9 000		1 100
Actions solidaires	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
€ reversés à des associations par les entités du groupe				984 216	500 917	220 000	297 540
€ reversés à des associations via nos clients					751 931	625 261	483 012
Arbres plantés en collaboration avec Reforest' Action				500 000	683 564		

## 4. Gouvernance et création de valeur

Partage de la valeur	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>% de collaborateurs actionnaires</b>						<b>64,5 %</b>	<b>63,4 %</b>
- Territoire France						77 %	76 %
- Espagne						45 %	40 %
- Italie						26 %	31 %
- Portugal						0 %	0 %
- Belgique						0 %	0 %
- Russie							
- Asie						0 %	0 %

Diversité	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>% de collaborateurs à capacité différente</b>				<b>2,8 %</b>	<b>3,0 %</b>	<b>4,0 %</b>	<b>4,5 %</b>
- Territoire France		5,4 %	5,0 %	3,6 %	3,6 %	5,1 %	5,9 %
- Espagne		3,5 %	2,9 %	3,2 %	1,8 %	1,7 %	1,2 %
- Italie		2,8 %	0,9 %	1,3 %	1,4 %	2,4 %	2,9 %
- Portugal		0 %	0 %	0 %	0 %	0,3 %	0 %
- Belgique		0 %	0 %	0 %	0,3 %	0 %	0,3 %
- Russie		0,9 %	0,9 %	0,8 %			
- Asie		0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,4 %

Egalité femmes-hommes	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>% de femmes leaders-dirigeantes</b>						<b>36 %</b>	<b>35 %</b>
Index égalité hommes femmes (France)	93	97	92	98	94	94	93

Net Promoter Score Clients	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>NPS monde</b>				<b>67</b>	<b>68</b>	<b>70</b>	<b>70</b>
France				65	67	69	69
Espagne				70	70	69	67
Italie				74	73	72	72
Belgique				68	68	71	71
Portugal				77	77	78	77

Conformité produits	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nombre de produits ayant fait l'objet d'une alerte client		52	39	48	37	32	32
Nombre de produits retirés de la vente		20	12	15	1	0	0
Nombre de rappel produits auprès de nos clients		2	2	1	0	0	0

Transformation du modèle	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>% de volume d'affaires durable</b>						<b>0,28 %</b>	<b>0,52 %</b>

Cybersécurité	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Taux de conformité cybersécurité (indice Bitsight)</b>					<b>75 %</b>	<b>84 %</b>	<b>89 %</b>

## 5. Travailler avec éthique

Fournisseurs	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Nombre de fournisseurs direct sous contrat (rang 1)</b>	<b>150</b>	<b>137</b>	<b>138</b>	<b>144</b>	<b>204</b>	<b>195</b>	<b>183</b>
Chine	63	60	63	54	54	55	54
Bangladesh	21	23	22	23	20	21	17
Inde	20	15	17	21	18	16	18
Indonesie	3	1	1	1	1	1	1
Pakistan	4	5	6	6	5	6	7
Turquie	4	5	7	17	16	17	17
Maroc	5	5	4	4	4	0	0
Sri Lanka					1	0	0
Vietnam							1
Autres (Egypte, Bénin)							2
Importateurs européens magasins	30	22	18	17	19	21	17
Importateurs européens web					66	58	49

Usines	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Nombre d'usines de rang 1</b>		<b>414</b>	<b>387</b>	<b>405</b>	<b>388</b>	<b>590</b>	<b>503</b>
Chine			103	112	97	97	86
Bangladesh			64	61	60	51	46
Inde			42	49	46	40	36
Indonesie			1	1	1	1	1
Pakistan			7	7	6	8	9
Turquie			16	23	33	39	34
Maroc			4	4	4	0	0
Importateurs européens magasins			111	106	108	126	119
Importateurs européens web						187	136
Sri Lanka			1	1	1	0	0
Ethiopie			1	1	0	0	0
Vietnam			3	4	3	5	4
Cambodge			18	17	13	18	20
Myanmar			16	19	15	14	08
Others (Egypte, Tanzanie)					1	4	4
<b>Nombre d'usines de rang 2 déclarées</b>		<b>434</b>	<b>519</b>	<b>428</b>	<b>428</b>	<b>421</b>	<b>457</b>
Chine		141	155	166	131	138	151
Bangladesh		138	209	140	131	120	122
Inde		92	89	74	86	75	66
Indonesie		6	6	1	1	2	3
Pakistan		9	14	17	13	17	16
Turquie		17	17	20	57	59	88
Maroc		13	16	1	0	0	0
Importateurs européens		8	7	0	0	0	0
Sri Lanka		0	0	2	1	0	0
Vietnam		0	0	1	2	3	3

Cambodge	4	3	4	3	5	6
Myanmar	6	3	0	1	0	0
Other	0	0	2	2	2	2

Nombre d'usines de rang 3 déclarées	2023	2024
<b>33</b>	<b>35</b>	
Chine	0	0
Bangladesh	21	21
Inde	10	12
Indonesie	0	0
Pakistan	2	1
Turquie	0	1
Maroc	0	0
Cambodge	0	0
Myanmar	0	0

Conformité environnementale	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Nombre d'audits environnementaux d'usines de rang 1 et 2</b>	<b>25</b>	<b>49</b>	<b>90</b>	<b>138</b>	<b>201</b>	<b>168</b>	<b>288</b>
Chine	6	17	54	56	55	38	63
Bangladesh	19	32	30	43	69	58	79
Inde	0	0	4	19	25	25	61
Indonesie	0	0	0	1	0	1	1
Pakistan	0	0	1	14	17	12	13
Turquie	0	0	0	3	32	29	65
Cambodge	0	0	1	2	2	1	2
Myanmar						1	0
Vietnam					1	2	1
Egypte						1	1
Tanzanie							1

Nombre d'audits environnementaux d'usines de rang 2 wet process	43	78	111	168	169	183
---	----	----	-----	-----	-----	-----

<b>% d'usines de rang 2 aux procédés très consommateurs d'eau auditées</b>	<b>24 %</b>	<b>46 %</b>	<b>74 %</b>	<b>91 %</b>	<b>64 %</b>	<b>83 %</b>
--	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

<b>% de conformité des audits environnementaux (usines de rang 1 et 2)</b>						
--	--	--	--	--	--	--

Ancienne définition : Notes A+B+C sur l'ensemble des audits réalisés pour l'ensemble de nos usines (grand import et importateurs)					87 %	
---	--	--	--	--	------	--

Nouvelle définition : Notes A+B sur les derniers audits de chaque usine - grand import uniquement						71 % 51 %
---	--	--	--	--	--	-----------

Conformité sociale	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Nombre d'audits sociaux d'usines de rang 1 et 2</b>	<b>607</b>	<b>835</b>	<b>832</b>	<b>1 016</b>	<b>1 167</b>	<b>1 209</b>	<b>1 175</b>
Chine	218	255	288	328	350	321	318
Bangladesh	113	206	215	244	279	206	210
Inde	167	145	104	163	182	128	144
Indonesie	4	1	2	4	2	3	3
Pakistan	11	20	25	37	38	47	45
Turquie	9	21	27	78	145	148	165
Maroc	19	14	13	4	0	0	0

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Importateurs européens magasins	5	125	123	106	113	124	118
Importateurs européens web						164	129
Sri Lanka	5	2	2	7	0	0	0
Ethiopie	0	1	1	0	0	0	0
Vietnam	6	6	6	5	9	11	9
Cambodge	28	21	12	22	17	30	26
Myanmar	18	18	14	15	25	20	4
Autres	4	0	0	3	7	7	4
<b>% d'usines de rang 1 et 2 auditées</b>						<b>90 %</b>	<b>91 %</b>
Chine						95 %	95 %
Bangladesh						88 %	81 %
Inde						85 %	88 %
Indonesie						67 %	75 %
Pakistan						88 %	80 %
Turquie						85 %	89 %
Maroc						0 %	0 %
Importateurs européens magasins						97 %	99 %
Importateurs européens web						85 %	95 %
Sri Lanka						0 %	0 %
Ethiopie						0 %	0 %
Vietnam						100 %	100 %
Cambodge						96 %	85 %
Myanmar						86 %	50 %
Autres						83 %	33 %
<b>% de conformité des audits sociaux des usines de rang 1 et 2</b> (ancienne définition : Notes A+B+C sur l'ensemble des audits réalisés pour l'ensemble de nos usines (grand import et importateurs))	<b>90 %</b>	<b>96 %</b>	<b>97 %</b>	<b>98 %</b>	<b>90 %</b>		
<b>% de conformité des audits sociaux des usines de rang 1 et 2</b> (nouvelle définition : Notes A+B sur les derniers audits de chaque usine - grand import uniquement)						<b>55 %</b>	<b>69 %</b>
Chine						25 %	53 %
Bangladesh						62 %	67 %
Inde						87 %	87 %
Indonesie						100 %	100 %
Pakistan						91 %	90 %
Turquie						72 %	82 %
Maroc						0 %	0 %
Importateurs européens magasins						55 %	53 %
Importateurs européens web						45 %	44 %
Sri Lanka						0 %	0 %
Ethiopie						0 %	0 %
Vietnam						38 %	86 %
Cambodge						55 %	73 %
Myanmar						75 %	50 %
Other						100 %	100 %

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>% des usines de rang 1 existante notée E ayant eu une meilleure noté dans les 6 mois</b>					<b>91 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>
<b>% de nouvelles usines de rang 1 référencées ayant eu la note A, B ou C (conformes)</b>					<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

## DÉTAIL DES ACCORDS COLLECTIFS PAR PAYS

## 1. France

Type d'accord	Thématique	Société concernée	Objectifs de l'accord	KPI de l'accord	Suivi en commission avec nos élus	Date de validation	Date de signature
QVCT + DECONNEXION	Bien-être au travail	UES	Maintenir un cadre de travail sécurisée permettant d'améliorer la qualité de vie au travail tout en favorisant la performance	Enquête GPTW	1 fois / an	5/7/2022	5/4/2023
TELETRAVAIL	Bien-être au travail	UES	Maintenir l'équilibre entre la qualité de vie du collaborateur et la performance de l'entreprise	Enquête GPTW	1 fois/an	5/7/2022	5/4/2023
CSE Dialogue social	Bien-être au travail	UES	Co-construire la nouvelle organisation des instances représentatives du personnel de l'UES avec les représentants du personnel (CSE, CSEC, commissions et des représentants de proximité)	Aucun	N/A		24/1/19
Égalité hommes/femmes	Égalité hommes/femmes	UES	Garantir, promouvoir et animer l'égalité professionnelle entre collaborateurs quel que soit leur sexe. 5 domaines d'engagements : l'emploi, la formation professionnelle, l'accès à la mobilité et à la promotion interne, la rémunération, les conditions de travail / articulation vie pro/vie perso / exercice de la responsabilité parentale	Exemples : - Mise à disposition d'un module e-learning pour promouvoir la diversité : 100 % des acteur du recrutement doivent la suivre - Nombre de personnes ayant bénéficié d'une action de formation dans les 12 mois du retour suite à une longue absence. - Suivi des écarts de rémunération entre les femmes et les hommes ayant le meme poste, et le meme niveau de maitrise en fonction de l'ED. - Nombre de collaborateurs en congés de présence aparentale ayant décidé de conserver leur mutuelle	1 fois/an		1/9/2024
Handicap	Inclusion	UES	Pérenniser et réaffirmer cet engagement citoyen en faveur des personnes en situation de handicap en - poursuivant la politique visant à améliorer l'accueil et l'insertion de ces personnes au sein des équipes, - en les maintenant dans l'emploi - en garantissant leur développement professionnel	- Nombre de recrutements réalisés et de convention de stage - Nombre de structures spécialisées avec lesquelles nous travaillons - Taux d'accessibilité à la formation des travailleurs handicapés	1 fois/an		1/1/24
Génération/Accord GPEC	Inclusion	UES	Faciliter l'insertion durable des jeunes dans l'emploi, favoriser l'embauche et le maintien dans l'emploi des salariés âgés, assurer la transmission des savoirs et des compétences	Exemples : - Recrutement d'au moins 500 jeunes de moins de 26 ans en CDI - Taux de collaborateurs ayant plus de 55 ans (objectif 2,5% de l'effectif total)	1 fois/an		23/1/25
Accord aménagement du temps de travail 1999 + avenant	Bien-être au travail	UES	Aménagement et réduction du temps de travail dans le cadre de la loi du 13 juin 1998	Non	Non		17/6/99
Accord horaires modulés	Bien-être au travail	KIA	Faire évoluer le système d'organisation du temps de travail au sein des magasins pour les collaborateurs de statut employé	Non	1 fois/an		24/2/2004
Accord travail du dimanche	Pouvoir d'achat	KIA + LOG (2 accords)	Mettre en place le travail du dimanche et les contreparties accordées aux collaborateurs travaillant le dimanche	Non	Non		29/1/2010
Accord temps de travail AM magasin	Bien-être au travail	KIA	Mettre en place une organisation du travail homogène pour l'ensemble des agents de maîtrise en magasin	Non	1fois/an		11/7/2014
Accord intéressement	Pouvoir d'achat	KIA + LOG + BUN		Non	Non		18/3/2022
Accord participation	Pouvoir d'achat	UES		Non	Non		16/5/2007
Astreintes	Bien-être au travail	UES (BUNSHA + KLO)	Clarifier et pérenniser le système des astreintes, en redéfinissant les contours de celle ci (définition, plages horaires, compensation)	Suivi des astreintes - nombres - récurrences sur une année	1fois/an		1/9/2021

## 2. Espagne

Type d'accord	Thématique	Société concernée	Objectifs de l'accord	KPI de l'accord	Suivi en commission avec nos élus	Date de validation	Date de signature
Accord «Charges Horaires»	Equilibre vie professionnelle/vie personnelle	KES	Règles et règlements pour favoriser l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.	Turnover & Absentéisme	4 fois /an		16/1/23
Accord «Benefits»	Bien-être au travail	KES	Avantages tels que des congés majorés, des anniversaires, des congés de maternité/paternité...		4 fois /an		16/1/23
Déconnexion Digital	Equilibre vie professionnelle/vie personnelle	KES	Limitation de l'utilisation des dispositifs numériques pour permettre et accroître la déconnexion.	n/d	4 fois /an		16/1/23
Pour Être de KIABI	Pouvoir d'achat	KES	Accès à prix réduits à des services tels que restaurants, cinémas, gym...	Tx. Participation	1 fois /an		12/23
Plan égalité et diversité	Egalité hommes femmes	KES	Garantir, promouvoir et animer l'égalité professionnelle entre collaborateurs quel que soit leur sexe.	Turnover & Absentéisme	1 fois /an		6/22
Aide à l'uniformité	Pouvoir d'achat	KES	Bonus aux équipes pour l'achat de vêtements KIABI pour leur poste de travail.	Tx. Participation	2 fois /an		16/1/23
Rémunération flexible	Pouvoir d'achat	KES	Accès à certains services (formation, titre de transport, titre restaurant, assurance médicale...) à prix réduits et avantages fiscaux.	Tx. Participation	1 fois /an		12/24
Plan d'inclusion sociale	Inclusion	KES	Accord avec des associations pour l'insertion professionnelle des groupes défavorisés.	eNPS & Tx Engagement	3 fois /an		2025
Comite KIABI Live	Inclusion	KES	Développement d'actions en faveur de la qualité de vie des publics défavorisés avec l'implication des Kiabers.	eNPS & Tx Engagement	4 fois /an		2025
Actionariat	Pouvoir d'achat	KES	Possibilité de participer au plan d'actionariat de KIABI.	Tx. Participation	2 fois /an		2025

Tous les accords sont renouvelés et signés chaque année. L'accord sur la déconnexion digitale a été signé pour la 1<sup>ère</sup> fois en 2021.

## 3. Italie

Type d'accord	Thématique	Société concernée	Objectifs de l'accord	KPI de l'accord	Suivi en commission avec nos élus	Date de validation	Date de signature
Congé Parental	Équilibre vie professionnelle/vie personnelle	SEKI / CIA	Garantir à la salariée un retour au travail serein à travers l'organisation du CODEV (groupe d'intelligence collective) pour les personnes qui ont terminé la période de maternité.	Enquête GPTW, résultats journée d'écoute RH, % turnover			
Congé Parental	Équilibre vie professionnelle/vie personnelle	SEKI / CIA	Accompagner et aider les salariées dans leur période de maternité. Si le période de congé facultatif est utilisé en continuité (6 mois), l'entreprise ajoute au 30 % du salaire prévu par l'état une autre contribution de 30 % du salaire.	Enquête GPTW, taux FP, % Turnover			
Avance TFR (Traitement fin travail)	Bien-être au travail	SEKI / CIA	Possibilité pour le salarié de demander une avance du TFR dans certaines situations qui s'ajoutent aux cas prévus par la loi.	Enquête GPTW, % Turnover			

Type d'accord	Thématique	Société concernée	Objectifs de l'accord	KPI de l'accord	Suivi en commission avec nos élus	Date de validation	Date de signature
Congé spécial	Bien-être au travail	SEKI / CIA	Congé spécial d'une semaine en cas de situation grave pour permettre aux collaborateurs de s'absenter sans problème quand ils en ont besoin.	Enquête GPTW, taux FP, % Turnover			
Paiement des dimanches et journées de festivité travaillées	Pouvoir d'achat	SEKI / CIA	Application de majoration en sus de ce qui est prévu par le contrat commerce. Augmentation du pouvoir d'achat de nos collaborateurs.	Enquête GPTW, taux FP, % Turnover			
Attribution de trois week-end de congés que les salariés peuvent lier au début des semaines de vacances.	Équilibre vie professionnelle/ vie personnelle	SEKI / CIA	Améliorer l'équilibre vie pro/perso	Enquête GPTW, % Turnover			
Attribution des heures d'élasticité en plus par rapport au temps de travail hebdomadaire	Pouvoir d'achat	SEKI / CIA	Ajouter des heures aux salariés part time et augmenter le pouvoir d'achat de nos collaborateurs.	Enquête GPTW, Taux FP, % Turnover			
Lancement du projet Welfare pour les collaborateurs CDI à partir de janvier 2023 : 250 euros pour tous les employés CDI et possibilité de convertir la PPK dans le welfare (avec épargne fiscale, sans impôts).	Welfare/ pouvoir d'achat	SEKI / CIA	Augmenter le pouvoir d'achat de nos collaborateurs et améliorer l'équilibre vie pro /perso. Possibilité d'acheter des services et des produits de typologies différentes à travers le portail Welfare.	Enquête GPTW, % Turnover			

CIA : contrat intégratif d'entreprise qui reprend la totalité de ces conditions / avantages. Signature le 13 décembre 2021 en vigueur jusqu'à décembre 2024

## 4. Belgique

Type d'accord	Thématique	Société concernée	Objectifs de l'accord	KPI de l'accord	Suivi en commission avec nos élus	Date de validation	Date de signature
Maternité	Bien-être au travail	KSCB	Plan global de prévention dans le cadre de la protection de la maternité (poste de CDV).	N/A	Non		
Accord travail du dimanche	Équilibre vie pro/vie perso	kSCB	Mise en place contreparties accordées aux Kiabers travaillant le dimanche, paiement sursalaire 100 % ou choix d'avoir un jour de recup ainsi que règles garantissant vie famille/week-end.	N/A	Préalablement négocié avec les partenaires sociaux	21/12/2021	21/12/2021
2022 → Plan pour l'emploi des travailleurs 45 et +	Équilibre vie pro/vie perso	KSCB	Actions visant à augmenter le taux d'emploi des travailleurs de 45 et + en favorisant leur maintien au travail.	absentéisme	Préalablement négocié avec les partenaires sociaux. Bilan et point d'amélioration x 1 an	11/10/2022	

Type d'accord	Thématique	Société concernée	Objectifs de l'accord	KPI de l'accord	Suivi en commission avec nos élus	Date de validation	Date de signature
2022 → Convention collective de travail sur les avantages non récurrents liés aux résultats (ou CCT90)	Pouvoir d'achat	KSCB	Accord collectif de travail (annuel) avec les partenaires sociaux permettant d'avoir une exonération des cotisations de sécurité sociale et d'impôts pour les kiabers.	N/A	Résultats suivi régulièrement en réunion de CE		
2023 → Convention collective de travail sur les avantages non récurrents liés aux résultats (ou CCT90)	Pouvoir d'achat	KSCB	Accord collectif de travail (annuel) avec les partenaires sociaux permettant d'avoir une exonération des cotisations de sécurité sociale et d'impôts pour les kiabers.	N/A	Résultats suivi régulièrement en réunion de CE		
2024 → Convention collective de travail sur les avantages non récurrents liés aux résultats (ou CCT90)	Pouvoir d'achat	KSCB	Accord collectif de travail (annuel) avec les partenaires sociaux permettant d'avoir une exonération des cotisations de sécurité sociale et d'impôts pour les kiabers.	N/A	Résultats suivi régulièrement en réunion de CE	30/1/2024	31/1/2024
2024 → Politique d'absentéisme	Pouvoir d'achat	KSCB	Politique de gestion durable et positive de l'absentéisme : visant à réduire l'absentéisme combiné à une politique de bien-être au travail.	N/A	Préalablement présenté aux partenaires sociaux	19/12/2024	
2024 → Droit à la déconnexion	Pouvoir d'achat	KSCB	Convention visant à garantir temps de repos, équilibre vie pro/vie privée & régir utilisation des outils numériques.	N/A	Préalablement présenté aux partenaires sociaux	18/1/2024	18/1/2024
2024 → Chèques repas	Pouvoir d'achat	KSCB	Accord collectif de travail avec les partenaires sociaux permettant de transformer les primes annuelles en chèques repas et par conséquent gagner en pouvoir d'achat pour les kiabers.	N/A	Préalablement présenté aux partenaires sociaux	30/1/2024	30/10/2024

## 5. Portugal

Type d'accord	Thématique	Société concernée	Objectifs de l'accord	KPI de l'accord	Suivi en commission avec nos élus
Convention collective de travail	le secteur du commerce de Rétail, du commerce de gros et du commerce électronique	APED	L'objectif est de contrôler et de suivre de près les dossiers vitaux pour le secteur et de contribuer à une prise de décision plus éclairée et plus durable.	N/A	Pas de représentation syndicale au PT

## Anexo 3: datos específicos de España

**Este anexo complementario de KIABI España KSCE, S.A. a la declaración de resultados extrafinancieros de Bunsha Internationale SAS. ha sido elaborada de acuerdo con las exigencias de la Ley 11/ 2018, de 28 de diciembre, de Información no Financiera y Diversidad -que modifica el Código de Comercio-, el texto de la Ley de Sociedades Anónimas, aprobado por el Real Decreto-Ley 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad. Este anexo trata exclusivamente de la información no financiera regulada por el artículo 49.1.2 de la Ley de Información Financiera.**

**Todos los datos facilitados corresponden al ejercicio 2024 (1 de enero - 31 de diciembre de 2024) y al ejercicio 2023. Han sido revisados de forma independiente por Mazars.**

### Calidad y medio ambiente

KIABI ha renovado el certificado ISO 14001 de Gestión ambiental e ISO 9001 de Gestión de la Calidad, acreditado por AENOR. La ISO 9001 certifica la calidad de los procesos y servicios, fomentando la mejora continua y la satisfacción del cliente. Esta certificación asegura que los servicios proporcionados por KIABI cumplen con los más altos estándares de calidad, lo que se traduce en una mayor satisfacción del cliente y resultados consistentes.

Por otro lado la ISO 14001 permite identificar, controlar y reducir los impactos ambientales, garantizar el cumplimiento de los requisitos legales y la confianza de las partes interesadas.

Asimismo, los properties con los que trabaja KIABI tienen el compromiso de implementar políticas de sostenibilidad para reducir su impacto en el entorno y fomentar prácticas inmobiliarias sostenibles, incorporando los objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. Algunas de las acciones con los properties han sido la colaboración para alcanzar la certificación BREEAM de los activos inmobiliarios, estrategias de cero residuos o reciclaje, fomento de la movilidad sostenible, aumentar el bienestar

de las personas, reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y optimización de los consumos energéticos. Desde Kiabi exigimos que todos los partners y colaboradores adquieran compromisos en la toma de decisiones de una forma ética, responsable y sostenible.

#### Energía :

- El consumo de energía en 2024 frente a 2023 en nuestros centros de trabajo fue de 16.415.449 Kwh (2024) vs 15.276.043 Kwh (2023). Este incremento del consumo es debido al número de aperturas.
- Contratación de energía con empresas de Grupo SRS procedente de fuentes renovables (energía verde 100 %) y con certificados de garantía de origen.
- Puesta en marcha de instalación de paneles solares en una de nuestras tiendas.
- Instalación de máquinas de clima más eficientes, ampliación de luminarias tipo LED, sustitución de cortinas de aire, instalación de detectores de presencia, de baterías de condensadores en nuestros centros de trabajo.
- Instalación de electroválvulas para reducir las posibles fugas en cisternas en aseos.
- Formación de nuestros equipos en buenas prácticas

de ahorro energético, Sostenibilidad y buenas prácticas ambientales.

#### Consumibles :

- Bolsas clientes: utilizamos en nuestras tiendas bolsas de papel 100% reciclado de 3 tamaños diferentes las cuales poseen el certificado FSC (papel proviene de bosques gestionados de manera responsable) punto verde y símbolo para el reciclado de envases
- Rollos térmicos: libres de bpa.
- Perchas: material procedentes de plástico reciclado.

#### Envases :

- Kiabi está adherido y cumple sus obligaciones en materia de RAP a través del SCRAP de envases domésticos y comerciales de Ecoembes.
- Adhesión a los Planes Empresariales de Prevención (PEP) de residuos de envases, programa elaborado por Ecoembes, en el cual ponemos en marcha buenas prácticas relacionadas con: reducción del impacto ambiental, aligeramiento de envases; utilización de material procedente de procesos de reciclado.
- Cumplimiento del RD 1055/2022 de Envases y Residuos de Envase mediante el reporte la declaración de envases comerciales y domésticos puestos en el mercado español, registro de productores, impuesto al plástico de un solo uso.

#### Gestión de residuos :

- Gestión de residuos: trabajamos con gestores de residuos autorizados para la recogida, gestión y tratamiento de los residuos generados en nuestros centros.
- Concienciación de los equipos en la segregación de residuos (plástico, cartón y fracción resto).
- Gestión de Tóners: colaboramos con la empresa de gestión de cartuchos y tóner gastados.
- Gestión de RAEEs (residuos de aparatos eléctricos y electrónicos) a través de gestor autorizado.

#### Economía Circular :

Taller de Personalización para hacer de cada prenda una pieza única. Un taller de transformación para ofrecer una segunda vida a la ropa. Los talleres están animados por Kiabers formados en la personalización y customización de ropa y accesorios (parches, estampados, bordados).

### Nuestros equipos

#### Empleo

Desde que se fundó la marca en Francia en los años 70, nuestra marca ha sido un claro compromiso para facilitar la vida de las personas. En nuestro caso, democratizando la moda, a precios accesibles para toda la familia.

Y esa palabra, FAMILIA, está en el corazón de nuestro ADN. Cuidamos de nuestros empleados como si fueran de la familia, lo que significa que también cuidamos de sus familias. Y del mismo modo, los Kiabers cuidamos de nuestros clientes y de nuestro ecosistema, formando una gran comunidad de personas que comparten el mismo propósito, valores y creencias.

« Facilitar la vida a las familias creando juntos una moda responsable y soluciones sostenibles. »

Esta es la frase que da sentido a nuestra nueva Visión 2035, y es la base de todo lo que hacemos en la empresa, para empleados, clientes, socios, etc. Es el objetivo, el faro, de los Kiabers en todo el mundo, estemos donde estemos. Los siguientes cuadros muestran el desglose de los equipos españoles sobre una base consolidada. Los desgloses se basan en el número de empleados a 31 de diciembre de 2024 y 2023 respectivamente.

## Número total y distribución de los empleados por sexo, edad y la clasificación profesional.

Kiabi España cerró 2024 con una plantilla de 1.392 personas repartidas por todo el país. A finales de 2024, contaba con 72 tiendas, incluida una franquicia, y servicios centrales.

### Número total de empleados

#### Año fiscal 2024

Número total de personas	Hombres	Mujeres	% hombres	% Mujeres
1392	167	1 225	12 %	88 %

#### Año fiscal 2023

Número total de personas	Hombres	Mujeres	% hombres	% Mujeres
1265	155	1 110	12 %	88 %

### Por categoría profesional

#### Año fiscal 2024

Categoría Profesional	Hombres	Mujeres	Total	% Hombres	% Mujeres
Directores	5	2	7	71 %	29 %
Gestores intermedios	45	87	132	34 %	66 %
Empleados	117	1 136	1 253	9 %	91 %
<b>Total general</b>	<b>167</b>	<b>1 225</b>	<b>1 392</b>	<b>12 %</b>	<b>88 %</b>

#### Año fiscal 2023

Categoría Profesional	Hombres	Mujeres	Total	% Hombres	% Mujeres
Directores	6	3	9	67%	33%
Gestores intermedios	43	78	121	36%	64%
Empleados	106	1029	1135	9%	91%
<b>Total general</b>	<b>155</b>	<b>1110</b>	<b>1265</b>	<b>12%</b>	<b>88%</b>

### Por edad

#### Año fiscal 2024

Edad	Hombres	Mujeres	Total
<25	32	258	290
25-35	64	428	492
36-55	68	520	588
>55	3	19	22
<b>Total</b>	<b>167</b>	<b>1 225</b>	<b>1 392</b>

#### Año fiscal 2023

Edad	Hombres	Mujeres	Total
<25	24	163	187
25-35	61	429	490
36-55	66	505	571
>55	4	13	17
<b>Total</b>	<b>155</b>	<b>1 110</b>	<b>1 265</b>

### Número total y distribución de los tipos de contratos de trabajo

En Kiabi España estamos comprometidos con las personas que forman parte de este gran proyecto, por lo que hacemos todo lo posible para impulsar la carrera profesional de todos y cada uno de los Kiaber. En Kiabi, todos son protagonistas de su propio desarrollo, trabajando en planes de acción individuales que les permitan asumir nuevas responsabilidades. Trabajar en Kiabi significa formar parte de una empresa en continuo desarrollo, con un extraordinario ambiente de trabajo en el que la comunicación y el trabajo en equipo son pilares fundamentales.

#### ¿Qué es ser kiaber? Ser kiaber es una actitud, cuyas cualidades o comportamientos más representativos serían :

**1.** Ser emprendedor: tomar las riendas de tu desarrollo en la empresa, tener voz propia, aportar y proponer, sea cual sea el rol que asumas dentro de Kiabi. Equivocarse, aprender, volver a intentarlo y tener éxito (cultura del

error/aprendizaje/derecho). Un claro ejemplo de la puesta en práctica de esta cualidad son las asignaciones y la gestión de proyectos dentro de la empresa por parte de los comerciales, los jefes de tienda o los servicios centrales, o nuestra política de movilidad interna.

**2.** Ser generoso: COMPARTIR, con capitales; conocimientos, tiempo, recursos, con acciones de la Fundación Kiabi, etc. Pedir y dar ayuda cuando sea necesario, con humildad y para un objetivo común. Con esta idea se puso en marcha el programa de participación interna de la empresa, para compartir el éxito con las personas más importantes de la familia de los empleados de Kiabi.

**3.** El servicio al cliente: nuestra razón de ser, el centro de todas nuestras decisiones y por el que todos trabajamos como objetivo común. Es el principio y el fin de todo lo que hacemos en la empresa.

**4.** Ten pasión: por lo que haces, por el cliente, por la moda, por la familia, por los amigos, por las aficiones que todos tenemos, por el planeta, ... Vive cada día como si fuera único. Nuestros procesos de selección, en los que involucramos a personas de toda la empresa,

representan perfectamente esta pasión.

**5. Estar cerca:** no importa cuál sea tu función en la empresa, todos se relacionan entre sí de forma sencilla e individual, independientemente de la jerarquía o la estructura organizativa. Fomentamos una cultura de retroalimentación constructiva continua, basada en la

honestidad y la ambición de mejorar individualmente y como equipo.

**6. Exigente:** con uno mismo y con los demás. Porque el objetivo colectivo está por encima del individual, y cada persona da lo mejor de sí misma, con responsabilidad, para conseguirlo.

## Distribución de los empleados por tipo de contrato permanente o temporal, tipo de contrato a tiempo completo y/o a tiempo parcial.

### Año fiscal 2024

Tipo de contrato	Hombres	Mujeres	Total
Empleo a tiempo completo	66	202	268
Empleo a tiempo parcial	101	1 023	1 124
<b>Total general</b>	<b>167</b>	<b>1 225</b>	<b>1 392</b>

### Año fiscal 2023

Tipo de contrato	Hombres	Mujeres	Total
Empleo a tiempo completo	67	199	266
Empleo a tiempo parcial	88	911	999
<b>Total general</b>	<b>155</b>	<b>1 110</b>	<b>1 265</b>

### Año fiscal 2024

Tipo de contrato	Ilimitado	Plazo fijo	Total
Empleo a tiempo completo	264	4	268
Empleo a tiempo parcial	872	252	1 124
<b>Total general</b>	<b>1 136</b>	<b>256</b>	<b>1 392</b>

### Año fiscal 2023

Tipo de contrato	Ilimitado	Plazo fijo	Total
Empleo a tiempo completo	264	2	266
Empleo a tiempo parcial	900	99	999
<b>Total general</b>	<b>1 164</b>	<b>101</b>	<b>1 265</b>

### Año fiscal 2024

Tipo de contrato	Hombres	Mujeres	Total
Ilimitado	145	991	1 136
Plazo fijo	22	234	256
<b>Total general</b>	<b>167</b>	<b>1 225</b>	<b>1 392</b>

### Año fiscal 2023

Tipo de contrato	Hombres	Mujeres	Total
Ilimitado	141	1 023	1 164
Plazo fijo	14	87	101
<b>Total general</b>	<b>155</b>	<b>1 110</b>	<b>1 265</b>

## Por tipo de contrato y edad

### Año fiscal 2024

Edad	Empleo a tiempo completo	Empleo a tiempo parcial	Total
<25	3	287	290
25-35	80	412	492
36-55	179	409	588
>55	6	16	22
<b>Total general</b>	<b>268</b>	<b>1 124</b>	<b>1 392</b>

### Año fiscal 2023

Edad	Empleo a tiempo completo	Empleo a tiempo parcial	Total
<25	3	184	187
25-35	77	413	490
36-55	179	392	571
>55	7	10	17
<b>Total general</b>	<b>266</b>	<b>999</b>	<b>1 265</b>

### Año fiscal 2024

Edad	Ilimitado	Plazo fijo	Total	% Indefinido
<25	162	128	290	56 %
25-35	401	91	492	82 %
36-55	553	35	588	94 %
>55	20	2	22	91 %
<b>Total general</b>	<b>1 136</b>	<b>256</b>	<b>1 392</b>	<b>82 %</b>

### Año fiscal 2023

Edad	Ilimitado	Plazo fijo	Total	% Indefinido
<25	155	32	187	83 %
25-35	448	42	490	91 %
36-55	545	26	571	95 %
>55	16	1	17	94 %
<b>Total general</b>	<b>1 164</b>	<b>101</b>	<b>1 265</b>	<b>92 %</b>

## Por tipo de contrato y categoría profesional

### Año fiscal 2024

Categoría profesional	Ilimitado	Plazo fijo	Total	% Indefinido
Directors	7	0	7	100 %
Intermediate managers	132	0	132	100 %
Employees	997	256	1 253	80 %
<b>Total general</b>	<b>1 136</b>	<b>256</b>	<b>1 392</b>	<b>82 %</b>

### Año fiscal 2023

Categoría profesional	Ilimitado	Plazo fijo	Total	% Indefinido
Directores	9	0	9	100 %
Gestores intermedios	116	2	118	98 %
Empleados	1039	99	1138	91 %
<b>Total general</b>	<b>1 164</b>	<b>101</b>	<b>1 265</b>	<b>92 %</b>

## Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional

### Por grupo de edad y sexo

#### Año fiscal 2024

Edad	Hombres	Mujeres	Total
<25	0	0	0
25-35	0	5	5
36-55	3	14	17
>55	0	2	2
<b>Total general</b>	<b>3</b>	<b>21</b>	<b>24</b>

#### Año fiscal 2023

Edad	Hombres	Mujeres	Total
<25	0	0	0
25-35	1	6	7
36-55	5	17	22
>55	0	2	2
<b>Total general</b>	<b>6</b>	<b>25</b>	<b>31</b>

### Por categoría profesional y sexo

#### Año fiscal 2024

Categoría profesional	Total
Directores	0
Gestores intermedios	6
Empleados	18
<b>Total general</b>	<b>24</b>

#### Año fiscal 2023

Categoría profesional	Total
Directores	0
Gestores intermedios	17
Empleados	14
<b>Total general</b>	<b>31</b>

La estrategia de Kiabi España es posicionar los salarios y beneficios en torno a la mediana del mercado. Nuestra referencia será tanto el mercado general, que proporciona una aproximación válida por la estabilidad de su evolución, a tener en cuenta especialmente en el caso de los Servicios Centrales, como el mercado de la distribución, útil para medir la competitividad de las retribuciones en relación con la competencia directa en los equipos de tienda. En cuanto a las condiciones laborales, se pretende estar por encima de la media de las empresas del sector.

KIABI España cuenta con un paquete de remuneración que incluye salario fijo y variable y beneficios. Además de nuestra cultura y valores corporativos, ofrecemos oportunidades de formación y desarrollo y un entorno de trabajo agradable. Todo ello forma parte de un enfoque holístico de la remuneración. La experiencia laboral, un aspecto menos tangible pero muy valorado por los empleados, determina en gran medida el sentido de la permanencia, e implica cuestiones tan variadas como :

- Cultura y valores
- Reconocimiento
- Igualdad-Diversidad-Inclusión
- Conciliación de la vida laboral y familiar
- Comunicación abierta, publicación de vacantes
- Encuestas de clima y experiencia de los empleados
- Herramientas de trabajo
- Responsabilidad social de las empresas
- Lugares de trabajo confortables
- Entorno de trabajo internacional

## Salud y seguridad

KIABI ESPAÑA KSCE ha obtenido la certificación ISO 45001 para su Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.

La certificación, basada en estándares internacionales, promueve prácticas seguras en los centros de trabajo y contribuye a la reducción de riesgos laborales. Estos logros no solo benefician a la empresa misma, sino que también contribuyen al bienestar de sus empleados y a la confianza de sus clientes en su capacidad para cumplir con los más altos estándares de excelencia.

Entre sus beneficios también destacan la mejora de la imagen de marca de la empresa, se facilita el cumplimiento legal, una mayor confianza de los empleados, mayor implicación en la seguridad y salud en el trabajo y la reducción de la siniestralidad. Asimismo, durante el año 2024 se han realizado las Auditorías reglamentarias de Prevención obteniendo unos resultados favorables.

En conclusión, la certificación ISO 45001 por parte de KIABI y sus certificaciones adicionales reflejan su compromiso con la seguridad, la calidad y la protección del medioambiental. De esta forma, KIABI ha integrado todos sus sistemas de gestión de manera integral, plasmada a través de su Política de calidad, medio ambiente y SST (seguridad y Salud en el trabajo).

En cuanto a la siniestralidad, en 2024 se produjeron 25 accidentes con baja (en 2023 se produjeron 27 accidentes con baja).. El índice de incidencia en jornada (entendido como la relación porcentual entre

los accidentes de trabajo con baja en jornada de trabajo (bajas sin recaída) y la plantilla.) representa el 1,18 %, por debajo del índice de incidencia de accidentes en jornada de trabajo con baja en 2024, en la actividad de comercio minorista.

A continuación se presentan los datos correspondientes al número de accidentes de trabajo con baja, desglosados por género:

Sexo	2022	2023
Hombres	1	2
Mujeres	24	25
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>27</b>

## Relaciones sociales

Kiabi España está acogido a su propio convenio colectivo de empresa, que se aplica al 100 % de sus trabajadores, por lo que a finales de 2024 el porcentaje de trabajadores acogidos al convenio era del 100 %. En Enero de 2023 se firmó el nuevo convenio colectivo de Kiabi España que hace referencia al Convenio de grandes almacenes en determinadas materias laborales. Kiabi España cuenta con un comité de empresa intercentros formado por miembros de los agentes sociales y de la empresa. A través de reuniones periódicas y mecanismos de negociación colectiva, se mantiene el diálogo con los representantes de los trabajadores, siendo un ejemplo de este canal de información los acuerdos de mantenimiento del empleo, el acuerdo de posicionamiento de la jornada laboral y el acuerdo de desconexión digital.

Asimismo, Kiabi España cuenta con un Comité de Seguridad y Salud, órgano paritario y colegiado de participación para la consulta regular y periódica de las actuaciones necesarias en materia de prevención de riesgos. Los comités de seguridad y salud se encargan de defender los intereses de los trabajadores en materia de prevención de riesgos laborales.

Por último, Kiabi España vela por el cumplimiento de los

objetivos de igualdad recogidos en su Plan de Igualdad, manteniendo un canal regular de comunicación, con el que mantiene el establecimiento de un protocolo contra el acoso sexual y el acoso por razón de sexo, tal y como se recoge en nuestro convenio colectivo, cuyo capítulo XI contiene el acuerdo para la prevención y tratamiento de las situaciones de acoso moral y sexual.

El acuerdo establece los tipos de acoso (artículos 57 y 58) y el procedimiento de actuación (artículo 59) de acuerdo con las recomendaciones legislativas. Durante el año 2024 se tramitaron dos quejas y se procedió a la apertura del correspondiente expediente de investigación, conforme lo establecido en el Protocolo de prevención y actuación en situaciones de acoso laboral vigente en la Empresa.

## Formación

La política de formación de la empresa responde a las necesidades detectadas por la empresa y a las que pueden transmitir las personas en el marco de sus procesos de evaluación del desempeño. El catálogo de formación es visible para todos los empleados. Toda la formación tiene lugar durante el horario laboral. Las personas que tienen que realizar exámenes pueden inscribirse en ellos a través de una aplicación interna de asignación. La estrategia de formación de la empresa se basa en el modelo de aprendizaje 70/20/10. El 70 % se adquiere a través de la formación en el puesto de trabajo, el 20 % se aprende de otros (por ejemplo, experiencias de tutoría) y el 10 % a través de la formación formal.

A continuación se presenta el número total de horas de formación por género.

Sexo	Horas 2023	Horas 2022
Mujeres	27 611	27 354
Hombres	5 432	5 204
<b>Total</b>	<b>33 043</b>	<b>32 558</b>

## Igualdad

Como buscadores de talentos, nos enorgullecemos de ofrecer igualdad de oportunidades y nos comprometemos a contratar a los mejores talentos, independientemente de su raza, sexo, edad u otras capacidades.

Kiabi España mantiene sus planes de seguimiento y actuación de acuerdo con la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, y se rige, tanto en la interpretación como en la aplicación de su actual y vigente convenio colectivo Kiabi España, por el principio de igualdad y no discriminación por razones personales consagradas en el artículo 14 de la Constitución y en el artículo 17.1 del Estatuto de los Trabajadores, y sobre todo por el principio de igualdad efectiva de mujeres y hombres que se desarrolló a partir de la Ley 3/2007, de 22 de marzo. Dichas disposiciones se consideran una referencia interpretativa primordial del citado convenio colectivo. Asimismo, Kiabi España cuenta con un plan de igualdad para mujeres y hombres que recoge el compromiso de la empresa con los siguientes puntos:

1. Selección.
2. Contratación de personal.
3. Promoción.
4. La formación.
5. Remuneración.
6. La reconciliación.
7. La salud en el trabajo.
8. Prevención del acoso sexual y/o de género y de la violencia de género.
9. Comunicación y sensibilización.

En este contexto y continuando en la línea de trabajo mencionada, en fecha 14 de septiembre de 2022 se firmó el 2º Plan de Igualdad, de Kiabi España.

## Promedio de remuneración por Categoría, franja de edad y sexo.

	Nº trabajadores	Total Remuneraciones	Media Remuneración
Directivos Hombres	3,97	439.926,99	110.812,84
Mandos Hombres	44,07	1.824.388,34	41.397,51
Empleados Hombres	71,36	1.456.064,46	20.404,49
Directivos Mujeres	2,43	285.399,36	117.448,30
Mandos Mujeres	82,31	2.913.822,39	35.400,59
Empleados Mujeres	686,32	13.880.922,99	20.225,15
Total Remuneración Hombres	119,39	3.720.379,79	31.161,57
Total Remuneración Mujeres	771,07	17.080.144,74	22.151,22

	Nº trabajadores	Total Remuneraciones	Media Remuneración
Directivos Hombres <25	0,00	-	-
Directivos Hombres 25-35	0,00	-	-
Directivos Hombres 36-55	3,97	439.926,99	110.812,84
Directivos Hombres >55	0,00	-	-
Mandos Hombres <25	0,00	-	-
Mandos Hombres 25-35	12,28	431.401,29	35.130,40
Mandos Hombres 36-55	30,79	1.325.319,11	43.043,82
Mandos Hombres >55	1,00	67.667,94	67.667,94
Empleados Hombres <25	12,58	227.712,26	18.101,13
Empleados Hombres 25-35	36,01	744.379,18	20.671,46
Empleados Hombres 36-55	21,15	455.967,14	21.554,65
Empleados Hombres >55	1,60	28.005,88	17.503,68

	Nº trabajadores	Total Remuneraciones	Media Remuneración
Directivos Mujeres <25	0,00	-	-
Directivos Mujeres 25-35	0,00	-	-
Directivos Mujeres 36-55	2,42	285.399,36	117.933,62
Directivos Mujeres >55	0,00	-	-
Mandos Mujeres <25	1	10.335,90	10.335,90
Mandos Mujeres 25-35	27,31	860.056,81	31.492,38
Mandos Mujeres 36-55	52,82	2.003.916,50	37.938,59
Mandos Mujeres >55	1,18	39.513,18	33.485,75
Empleados Mujeres <25	114,19	2.065.857,67	18.091,41
Empleados Mujeres 25-35	259,47	5.239.334,55	20.192,45
Empleados Mujeres 36-55	299,62	6.316.555,77	21.081,68
Empleados Mujeres >55	13,04	259.175,00	19.875,38

El cálculo del N.º de trabajadores se ha realizado siguiendo el criterio de jornada anual efectiva trabajada ( Full Time employee)  
Estos datos no incluyen los trabajadores que prestan servicios para otros países.

**KIABI**

# Méthodologie & définitions.



## Contexte

Conformément à l'ordonnance n°2017-1180 du 19 Juillet 2017 relative à la publication d'informations non financières par certaines sociétés répondant aux critères, ainsi qu'à la loi n°2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre, le Groupe KIABI a établi cette déclaration de performances extra-financières qui comporte :

→ Les mesures propres à identifier et prévenir les atteintes sociales, sociétales et environnementales liées à son activité, dans le cadre d'une obligation de moyens, pour l'année 2024 ;

→ Les mesures de vigilance raisonnables propres à identifier et à prévenir les atteintes graves envers les droits humains, les libertés fondamentales, la santé et la sécurité des personnes et l'environnement, dans le cadre d'une obligation de moyens, pour l'année 2024.

Le Groupe Kiabi a fait le choix de ne produire qu'un document, répondant aux obligations énoncées ci-dessus. Ce document, même s'il reprend les éléments du plan de vigilance, sera appelé « déclaration de performance extra-financière ».

Cette déclaration couvre l'ensemble des sociétés appartenant au Groupe Kiabi, c'est-à-dire l'ensemble des sociétés françaises et étrangères contrôlées directement et indirectement, au sens de l'article L.233-3 du Code de commerce, par la société BUNSHA INTERNATIONAL (société mère), ainsi que l'ensemble de ses fournisseurs et sous-traitants (ci-après dénommé « Fournisseurs ») avec lesquels il entretient une relation commerciale établie. Il existe une relation commerciale établie, conformément à la jurisprudence française, dès lors qu'il existe une relation d'affaire suivie de manière stable et habituelle.

Dans cette déclaration, le terme « parties prenantes »

doit être compris comme les fournisseurs, sous-traitants, prestataires de services, clients, franchisés, affiliés, agents, associations et collaborateurs de Groupe Kiabi. Par « collaborateurs », nous entendons l'ensemble des salariés du Groupe Kiabi, qu'ils soient en contrat à durée indéterminée ou déterminée, à temps partiel ou temps plein, ou encore mandataires sociaux (parfois repris comme « Kiabers »).

L'article L. 225-102-1 du Code de commerce prévoit que certaines informations soient systématiquement traitées dans la DPEF (Déclaration de Performance Extra-Financière), en plus des risques extra-financiers propres à notre activité.

### Éléments obligatoires à traiter dans la DPEF :

- L'économie circulaire : traité dans les parties 5. Construire un modèle de distribution et de consommation plus circulaire de la partie *Agir pour l'environnement*

- Le changement climatique : traité dans la partie 1. Enjeux et indicateurs de la partie *Agir pour l'environnement*

- Les accords collectifs conclus dans l'entreprise et leurs impacts sur la performance économique de l'entreprise ainsi que sur les conditions de travail des salariés : traité dans la partie 3. Favoriser l'égalité des chances et l'inclusion de la partie *S'engager socialement pour toutes et tous*. Le détail des accords collectifs se trouve en Annexe.

Il est à noter que nous avons 1 CSEC – 4 CSE dont 3 ont une CSSCT ainsi que des Représentants du Personnel sur les magasins. Les 4 CSE concernent les sociétés françaises Kiabi Europe, Kiabi Logistique, Kiabi Logistique Hem et Bunsha. Les accords conclus valent pour ces sociétés françaises dont la législation et les obligations sont particulières. Les autres pays font de même en fonction de leur législation.

- La diversité : traitée dans la partie 3. Favoriser l'égalité des chances et l'inclusion de la partie *S'engager socialement pour toutes et tous*.

- Le handicap : traité dans la partie 3. Favoriser l'égalité des chances et l'inclusion de la partie *S'engager socialement pour toutes et tous*.

- Le respect du bien-être animal jugé non pertinent car nous ne concevons que :

- 0,03 % des accessoires et chaussures des collections ÉTÉ et HIVER 2024 contiennent du cuir

- 0,25 % (de tous nos achats hors chaussures) des collections ÉTÉ et HIVER 2024 contiennent de la laine

- pas de vêtement contenant de la fourrure.

- La lutte contre le gaspillage alimentaire est jugée non pertinente au regard de notre activité.

- La lutte contre la précarité alimentaire est jugée non pertinente au regard de notre activité.

- L'alimentation responsable, équitable et durable est jugée non pertinente au regard de notre activité.

- Les actions visant à promouvoir la pratique d'activités physiques et sportives sont jugées non pertinentes au regard de notre activité.

- Les actions visant à promouvoir le lien National armée et à soutenir l'engagement dans les réserves sont jugées non pertinentes au regard de notre activité.

## Note méthodologique et définitions

### 1. Période et périmètre du rapport

Période de reporting :

→ Les données sociales, sociétales et environnementales portent sur la période du 1er janvier au 31 décembre 2024.

→ Les données collection sont basées sur la période d'achat des collections été et hiver 2024.

### 2. Modèle d'affaires

#### Partenaire franchisé

Est une société indépendante bénéficiant par contrat du droit d'exploiter le savoir-faire, la marque, l'enseigne et les procédés commerciaux de KIABI, en contrepartie du paiement d'une redevance.

#### Partenaire affilié

La commission-affiliation est un mode de distribution par lequel une personne commerçante, le Commissionnaire-Affilié, vend des produits appartenant à une autre personne (le commettant ici KIABI), pour le compte de cette dernière et sous son enseigne, avec en contrepartie le versement d'une commission calculée sur le chiffre d'affaires réalisé.

#### Fournisseurs marchands

Personne physique ou morale co-contractant avec le groupe KIABI, intervenant dans le cadre de l'approvisionnement des produits aux sociétés du groupe

lesquelles sont chargées directement ou par l'intermédiaire de leurs partenaires commerciaux de vendre les produits aux consommateurs finaux.

#### **Achats non marchand**

Les achats indirects désignent les biens et services dont les entreprises ont besoin pour fonctionner mais qui n'entrent pas dans leur cœur de métier.

#### **Équipes collections**

Ensemble des équipes qui travaillent à la conception des produits chez KIABI (directeurs/trices de collection, chefs de marchés, chefs de produits, assistantes chefs de produits, stylistes, modelistes, infographistes, contrôleurs de gestion offre...)

#### **NPS = Net promoter score**

Indicateur utilisé par les entreprises qui permet de mesurer la satisfaction et la fidélité d'un consommateur envers une marque. Le NPS évalue dans quelle mesure le répondant recommande une certaine société, produit ou service à ses amis, ses proches ou ses collègues.

#### **Points de contact**

Nous entendons par point de contact, l'ensemble des dispositifs nous permettant de vendre des produits ou d'apporter un service à nos clients qu'ils soient physiques ou digitaux (magasins, shop in shop qui sont des corners KIABI dans d'autres enseignes, sites web, market place...).

### **3. Stratégie et gouvernance**

#### **Business unit (ou « BU »)**

Signifie « unité organisationnelle » ou encore « périmètre » et définit une entité de l'entreprise et/ou un département de l'entreprise qui agit comme une partie distincte et qui dispose d'une certaine forme d'autonomie quant à son fonctionnement. Voici quelques exemples de Business

units : le marketing, les collections, la direction financière, les pays de distributions France, Espagne, Italie... ou encore la franchise internationale.

### **Lien entre notre cartographie des risques extra-financiers et les Impacts, Risques et Opportunités (IROs) de la double matérialité**

En 2024, nous avons mis à jour notre matrice de double matérialité et avons décidé de l'intégrer à la DPEF suite à la conduite de travaux nous permettant de descendre la lecture au niveau IROs (Impacts, Risques et Opportunités) telle que requis au sens de la CSRD. Les exigences de la DPEF étant basées sur une cartographie des risques, nous avons réalisé une table de correspondance entre les anciens risques extra-financiers et les nouveaux enjeux issus de l'analyse de double matérialité (cf tableaux ci-dessous).

Axe	Enjeux	Principaux risques extra-financiers	IROs CSRD	Indicateurs clés de suivi
Environnemental	Impacts environnementaux liés à la production des articles KIABI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Changement climatique (hausse des émissions de gaz à effet de serre)</li> <li>• Épuisement des ressources non renouvelables</li> <li>• Dégradation de la biodiversité</li> </ul>	<p><b>Impacts négatifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Emissions GES tout au long de la chaîne de valeur</li> <li>- Consommation d'énergie et surutilisation des systèmes de climatisation</li> <li>- Utilisation de moyens de transport hautement émetteur de GES</li> <li>- Changement d'affectation et dégradation des sols (artificialisation, culture intensive, déforestation,...)</li> <li>- Surexploitation des ressources naturelles pour la production des articles et leur transport</li> <li>- Création de produits complexes dont le recyclage devient impossible</li> <li>- Mise sur le marché de produits peu robustes</li> <li>- Non adéquation de la production avec la demande (surproduction)</li> <li>- Renouvellement fréquent des collections et incitation à la surconsommation</li> <li>- Suremballage des produits</li> <li>- Non valorisation des matières utilisées et génération de déchets difficilement valorisables</li> <li>- Utilisation intensive d'eau sur l'ensemble du cycle de vie des produits (matières premières, fabrication, utilisation)</li> </ul> <p><b>Impacts Positifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recours à l'agriculture régénératrice</li> <li>- Pratiques d'éco-conception</li> <li>- Déploiement de modèles économiques réduisant le recours à des ressources vierges</li> <li>- Participation au développement des filières de recyclage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• % d'évolution des émissions carbone scope 1/2/3 en valeur absolue par rapport à 2022</li> <li>• Répartition des matières (en tonnages de produits finis achetés)</li> <li>• Part de nos articles textiles achetés atteignant un niveau d'éco-conception 1+2</li> <li>• Part des produits de seconde main dans l'ensemble des articles vendus par KIABI</li> <li>• Consommation d'eau de nos propres sites</li> </ul>
	Impacts environnementaux liés à la fin de vie des produits	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gaspillage et pollution liés au manque de récupération et recyclage des produits</li> </ul>	<p><b>Risques :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Economique :</b> Mise à l'arrêt de points de vente ou sites de production et entrepôts suite à un événement climatique extrême, Augmentation du coût des matières premières (rareté ou épuisement), hausse des coûts d'assurance liés à l'accroissement et à la fréquence des événements climatiques, raréfaction des financements en raison d'une prise en compte insuffisante des enjeux climatiques, baisse des ventes et perte d'attractivité suite à la soumission à un malus environnemental lié à la notation de produits, augmentation des coûts de l'énergie</li> <li>- <b>Juridique :</b> Réglementation plus contraignante, Manquements aux obligations (devoir de vigilance)</li> <li>- <b>Approvisionnement :</b> Baisse de qualité et de disponibilité des matières premières (sécheresses, maladies, augmentation des températures,...)</li> <li>- <b>Réputationnel :</b> Perte de clientèle, de partenaires, de financements ou de talents par une mauvaise prise en compte des sujets climatiques et de non atteinte des objectifs d'atténuation de l'impact carbone de l'entreprise</li> </ul> <p><b>Opportunités :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Economique :</b> développement de nouvelles offres ou produits mieux disant et permettant des gains de parts de marché, prime climat, nouvelles clientèles grâce à l'utilisation de matières naturelles et nouvelles, Adhésion d'une clientèle engagée</li> <li>- <b>Réputationnel :</b> Rayonnement de la marque auprès des parties prenantes et alignement avec les attentes des consommateurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Part des produits de seconde main dans l'ensemble des articles vendus par KIABI</li> <li>• Tonnes de textiles et chaussures collectées</li> </ul>
	Santé - sécurité des client-es	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Non-conformité réglementaire (REACH...)</li> <li>• Atteinte à la santé / sécurité des clients (Troubles médicaux, Invalidité, Blessures)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Net Promoter Score</li> </ul>	

Axe	Enjeux	Principaux risques extra-financiers	IROs CSRD	Indicateurs clés de suivi
Social	Climat social interne	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dégradation du dialogue social et des conditions de travail liée à la politique sociale</li> <li>Risque réputationnel pour KIABI</li> </ul>	<p><b>Impacts négatifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Précarisation des emplois</li> <li>Non-respect des temps de travail (stress, burn out)</li> <li>Pénibilité du travail</li> <li>Ecart salarial important entre genres, écart de représentation dans les instances dirigeantes</li> <li>Salaires inférieurs au niveau de subsistance, Non-respect des salaires décents</li> <li>Entrave au dialogue social, à la liberté d'association, non-respect des conventions collectives</li> <li>Pression pour la prise de congés</li> <li>Politique de télétravail non-adaptée aux besoins des employés</li> <li>Mauvaise prévention des accidents du travail, invalidités, décès, non respect des normes de sécurité</li> <li>Inhalation de microfibres et composés organiques volatils, exposition à des substances toxiques</li> <li>Discriminations</li> <li>Violences physiques et mentales</li> <li>Instabilité économiques, délocalisation, relocalisation, crises économiques et sanitaires</li> <li>Recours au travail infantile, au travail forcé</li> <li>Dépossession des communautés locales de leur terre, entrave aux droits fondamentaux des communautés locales</li> <li>Non transparence vis-à-vis des consommateurs</li> <li>Accidents clients sur un point de vente</li> <li>Promotion des canons de beauté non inclusifs renforçant les stéréotypes. Proposition de tailles limitée</li> <li>Pratiques commerciales et promotionnelles poussant à la surconsommation. Pratique de cheapflation</li> </ul> <p><b>Impacts positifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Accessibilité des points de vente physiques pour les personnes à mobilité réduite</li> <li>Accessibilité du site internet pour des personnes en situation de handicap (notamment déficience visuelle)</li> <li>Mise en place de programme de sensibilisation pour une consommation responsable</li> <li>Promotion de standards de beauté inclusifs et pluriels, design inclusif, design inclusif</li> <li>Accompagnement à l'évolution professionnelle, culture du feedback</li> <li>Création d'emplois directs, y compris en insertion (personnes éloignées de l'emploi, en précarité, personnes en situation de handicap)</li> <li>Développement continu des compétences, notamment IT, et des savoir-faire des employés (design, retail...)</li> <li>Participation au développement et à l'épanouissement professionnel des collaborateurs en leur permettant d'acquérir de nouvelles compétences et expertises</li> <li>Politique d'inclusion pour les personnes en situation de handicap, amélioration de l'accessibilité des locaux pour personnes à mobilité réduite (PMR)</li> <li>Politiques de diversité et d'inclusion (ethnique, orientation sexuelle, genre, catégorie socio-professionnelle, etc.)</li> <li>Politiques pour favoriser l'inclusion et l'égalité de genre, de rémunération et de traitement parmi les candidats et les collaborateurs</li> <li>Rémunération et package salarial</li> <li>Réponses aux préoccupations des salariés grâce à des instances de dialogues social ouvertes</li> <li>Accompagnement à l'évolution professionnelle, culture du feedback</li> <li>Création d'emplois indirects, contribution à la création de richesse en local</li> <li>Démarche de traçabilité et mise en place de canaux d'alerte</li> <li>Développement continu des compétences, notamment IT et savoir-faire des employés de la chaîne dans les pays de production</li> </ul> <p><b>Opportunités :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Réputationnelle :</b> Amélioration de l'image de marque, Communication sans greenwashing sur les engagements socio-environnementaux du groupe et accompagnement des clients vers un modèle de consommation plus vertueux, Marque employeur permettant de fidéliser les employés et développer l'attractivité</li> <li><b>Economique :</b> Augmentation du CA par une augmentation de la base clients, Baisse des coûts de recrutement en raison d'une meilleure attractivité et rétention des collaborateurs par des actions et des politiques visant à former et développer les compétences des collaborateurs</li> </ul> <p><b>Risques :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Approvisionnement :</b> Arrêt de production suite à incidents/accidents et/ou mouvements sociaux impactants la production</li> <li><b>Economique :</b> Perte de financements, de chiffre et/ou de valeur liée à une mauvaise notation ESG, Litiges avec les communautés locales, les gouvernements ou d'autres parties prenantes, Baisse de ventes liée à des plaintes et/ou scandales, Pertes de données clients et commerciales suite à une faille de cybersécurité, Baisse de productivité suite à des arrêts maladies et/ou un turnover élevé (perte de talents), Perte de savoir-faire, Perte de compétitivité par manque d'adaptation aux outils et méthodes innovantes</li> <li><b>Juridique :</b> Non-conformité avec les lois et règlements en France et/ou à l'étranger menant à des sanctions, Nouvelles réglementations ou évolutions</li> <li><b>Réputationnel :</b> Atteinte à l'image de marque suite à des scandales et/ou poursuites et/ou campagnes médiatiques, Perte de confiance clients, Perte de crédibilité de la marque employeur, Difficulté à recruter et conserver les talents</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Turnover</li> <li>Great Place To Work Trust index</li> </ul>
	Santé – sécurité des collaborateurs	<p>Dégradation de la santé/sécurité des collaborateurs pouvant amener :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>des troubles musculosquelettiques liés aux activités en logistique et en magasin générant des arrêts de travail répétitifs, des invalidités partielles (et au final une diminution de ressources)</li> <li>des troubles psychologiques suite à des agressions notamment en magasin</li> <li>des accidents du travail</li> <li>une fragilité psychique des populations impactées par les changements d'organisation</li> <li>des maladies ou anxiété en cas d'épidémie</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Taux de fréquence des accidents du travail</li> <li>% de l'effectif en maladie professionnelle</li> <li>Taux d'absentéisme</li> </ul>
	Gestion des compétences et de l'employabilité des collaborateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Obsolescence des compétences via un manque d'accompagnement de KIABI</li> <li>Incapacité à attirer, garder et motiver les talents nécessaires au bon fonctionnement et au bon développement des activités de l'entreprise</li> <li>Perte d'attractivité auprès de potentiels candidats</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre d'heures de formation</li> <li>% de collaborateurs formés pour développement de compétences</li> </ul>
	Santé - sécurité des ouvriers + droits humains	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manque de garantie concernant la sécurité physique des ouvriers sur les lieux de travail</li> <li>Défaut de protection de la santé des ouvriers</li> </ul> <p>• Atteintes aux Droits de l'homme (travail des enfants, travail forcé, discrimination, harcèlement, liberté syndicale, non-respect des règles de l'OIT...)</p> <p>• Non respect des règles relatives à la rémunération et au temps de travail</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>% des usines auditées A et B T1&amp;2 -Textile, accessoires &amp; shoes ITFAS</li> <li>% de nouvelles usines référencées évaluées A, B ou C (rang 1)</li> <li>% d'usines ayant obtenu la note E dont le niveau s'est amélioré ou dont la relation a cessé dans les 6 mois (rang 1)</li> </ul>

Axe	Enjeux	Principaux risques extra-financiers	IROs CSRD	Indicateurs clés de suivi
Gouvernance	Ethique, compliance, relations fournisseurs, Cybersécurité	Risque de corruption, notamment dans certaines filiales dans la relation avec les Parties prenantes en raison de nos volumes d'achat importants	<p><b>Impact négatifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fuite de données, cyberattaques, utilisation malhonnête des données confidentielles</li> <li>- Actions de lobbying pour ralentir des réglementations sociales ou environnementales ambitieuses</li> <li>- Divulgence d'éléments confidentiels permettant d'identifier les lanceurs d'alerte</li> <li>- Manque de visibilité et de maîtrise sur les impacts sur la chaîne de valeur</li> <li>- Violation de la propriété intellectuelle, plagiat</li> <li>- Absence de processus pour garantir un comportement correct vis-à-vis des fournisseurs, mettant en danger les fournisseurs d'un point de vue économique et endommageant les relations avec les fournisseurs</li> </ul> <p><b>Impacts Positifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Création de valeur durable grâce aux organes de gouvernance et aux structures organisationnelles de Kiabi qui définissent et gèrent la stratégie, les objectifs et les buts ESG</li> <li>- Hausse du chiffre d'affaires grâce à une meilleure adaptation du modèle d'affaires aux attentes des parties prenantes (investisseurs, fournisseurs, clients, etc.)</li> <li>- Lobbying environnemental ou social pour faire progresser les réglementations environnementales et sociales</li> <li>- Maîtrise des risques environnementaux et sociaux sur la chaîne de valeur</li> </ul> <p><b>Risques :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Economique :</b> Incidents menant à un fort turnover et perte de talents, perte de fournisseurs clefs et du savoir faire en cas de dégradation des relations ou de défaillances de fournisseurs, Pertes de financements et/ou de valeur suite à une mauvaise notation ESG, plagiat de modèles par une marques tierce, ralentissement de la production, rupture d'approvisionnement</li> <li>- <b>Juridique :</b> Amende en cas de non-conformité réglementaire, Manquement au devoir de vigilance, non-conformité réglementaire, non-respect des règles relatives aux conflits d'intérêts, Poursuites et litiges liés à une des accusations de violation de la propriété intellectuelle, renforcement réglementaire</li> <li>- <b>Réputationnel :</b> Atteinte à l'image suite à des scandales, des campagnes ou des accusations d'appropriation culturelle ou de plagiat, ou d'une fournisseur n'appliquant pas les relatives au bien-être animal, non-respect des politiques Kiabi par les affiliés et les franchisés, non réalisations des objectifs ESG Kiabi, perte de traçabilité des produits</li> </ul> <p><b>Opportunités :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Approvisionnement :</b> Optimisation de la chaîne d'approvisionnement et maîtrise des risques, renforcement de la relation fournisseurs</li> <li>- <b>Réputationnelle :</b> Baisse des coûts de transition vers un modèle d'affaires plus soutenable de sa chaîne de valeur, Hausse de l'engagement des collaborateurs et des parties prenantes en raison d'une capitalisation de Kiabi sur sa culture d'entreprise</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indice de cybersécurité (score Bitsight)</li> </ul>

# Agir pour l'environnement

## Définitions des termes repris

### 1. BIODIVERSITÉ

(source I Care, bilan biodiversité Kiabi 2020). On entend par biodiversité, ou diversité biologique, la variabilité des organismes vivants de toute origine, y compris les écosystèmes terrestres, marins et autres écosystèmes aquatiques, ainsi que les complexes écologiques dont ils font partie. Elle comprend la diversité au sein des espèces et entre espèces, la diversité des écosystèmes ainsi que les interactions entre les organismes vivants.

### 2. BILAN BIODIVERSITÉ, PRINCIPALES PRESSIONS

(source Millennium Ecosystem assessment, 2005) :

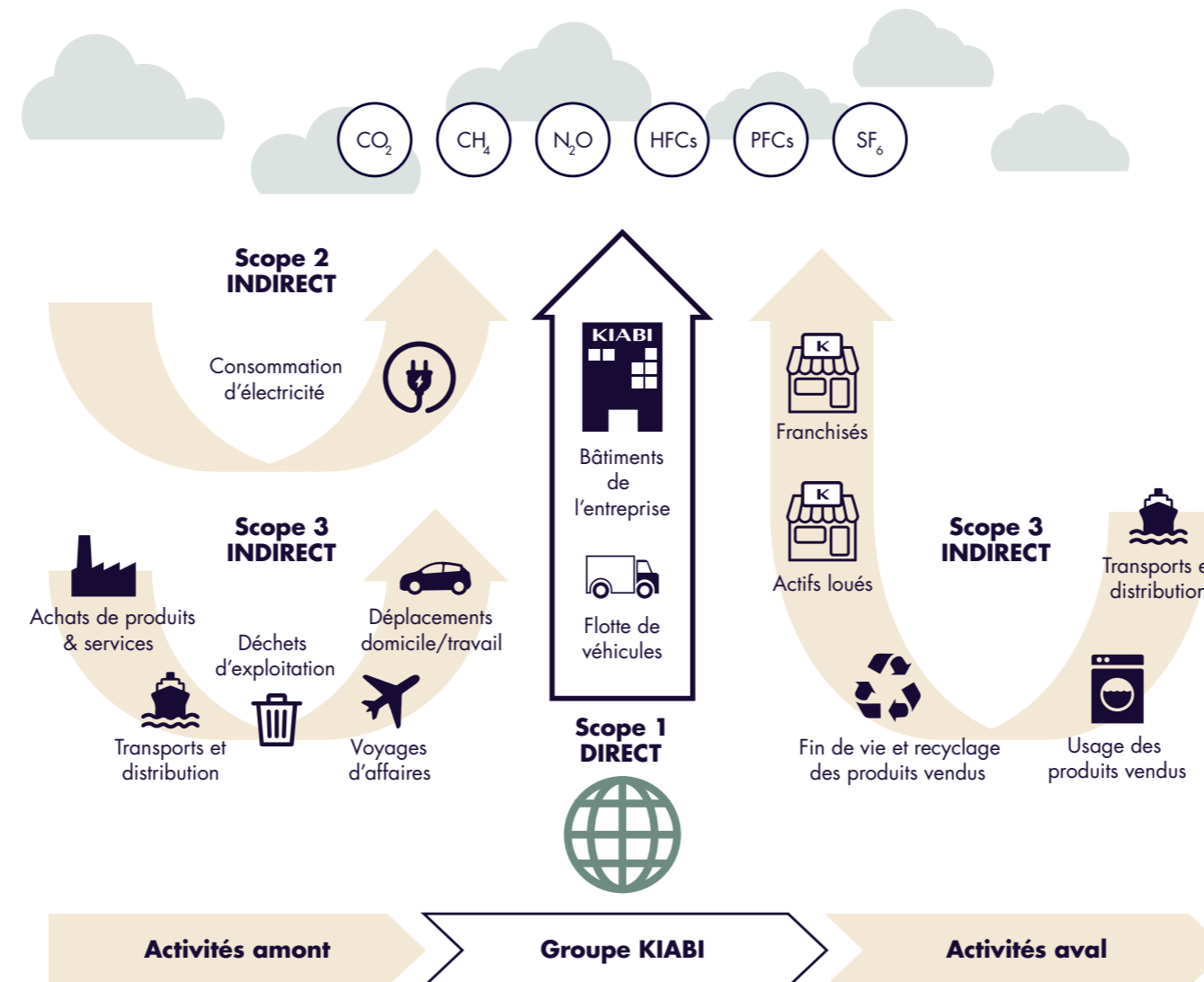
- **Dégradation des habitats** : destruction, fragmentation, perturbation des milieu naturels qui dérangent la vie des espèces (faune, flore)
- **Changement climatique** : il influence les milieux naturels par l'augmentation du niveau de la mer et de l'intensité des évènements extrêmes, augmentation des précipitations, acidification des océans.
- **Pollutions** : des substances toxiques sont émises et se dispersent dans l'air, se disséminent dans l'eau, de déversent dans le sol.

### 3. BILAN CARBONE

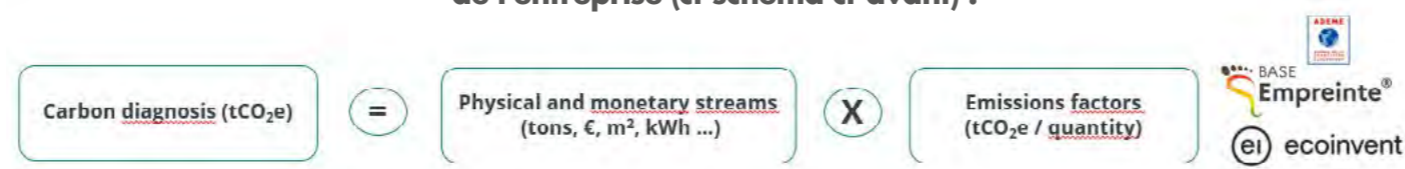
Les scope 1-2-3 recouvrent : (source I Care and Consult, adapted from GHG Protocol)

### 4. LES FIBRES TEXTILES

**Fibre** : matière brute issue de l'agriculture (végétale, animale), de la transformation de produits pétroliers (synthétique) ou de la transformation chimique de la



Un bilan carbone se calcule de la manière suivante, sur base de l'ensemble des activités de l'entreprise (cf schéma ci-avant) :



cellulose du bois (artificielle).

#### → Les fibres naturelles

Les fibres végétales existant à l'état naturel sont reprises ci-dessous :

- Coton : utilisé chez Kiabi.

- Coton issu de l'agriculture biologique : cultivé avec du compost naturel qui remplace les engrais chimiques et les pesticides, il est sans OGM et la consommation d'eau nécessaire pour sa culture est réduite de moitié par rapport au coton conventionnel. Sa fibre est blanchie à l'eau oxygénée et non au chlore. Les teintures sont réalisées

sans métaux lourds ou autres substances cancérigènes. La culture biologique du coton permet aux producteurs une amélioration de leurs conditions de travail, leur santé et celle de leur entourage. La rotation des cultures dans l'agriculture biologique permet d'oxygéner la terre et d'en préserver la richesse.

- Coton BCI : Better Cotton Initiative est une organisation à but non lucratif qui promeut de meilleures normes dans la culture du coton et des pratiques adoptées dans 24 pays. Le coton des fermiers formés par l'initiative représente aujourd'hui environ 19 % de la production mondiale de coton.
- Coton en conversion : coton cultivé selon les standards biologiques mais qui n'est pas encore certifié, en effet une terre met au minimum 3 ans pour être purifiée des apports chimiques du passé, avant d'être certifiée terre biologique.
- Coton recyclé : coton issu du recyclage de vêtements en coton ou de chutes de textile en coton. Après avoir découpé, broyé et défibré les tissus, ils reprennent leur état initial, celui de fibre de coton.
- Coton conventionnel : coton produit par les méthodes d'agriculture classiques avec un apport d'eau important et l'utilisation de pesticides et engrais.
- Lin : utilisé chez Kiabi.
- Jute, chanvre, latex et sisal : non utilisées chez Kiabi.

Les fibres animales ne sont pas reprises ici car pas utilisées chez Kiabi (excepté pour la laine à 0,25% de notre utilisation matières).

#### → Les fibres chimiques :

Les fibres synthétiques obtenues par réactions chimiques d'hydrocarbures ou d'amidon sont les suivantes :

- Polyester : utilisé chez Kiabi.
- Polyamide : utilisé chez Kiabi.
- Acrylique : utilisé chez Kiabi.
- Elasthane (commercialisé sous les appellations Spandex ou Lycra) : utilisé chez Kiabi.

Les matières synthétiques (polyester, polyamide, acrylique, élasthane) peuvent être recyclées à partir de chutes de production textile, de vêtements usagés, mais aussi de bouteilles en plastique. Elles apportent alors une seconde vie à des produits en fin de vie, tout en diminuant notre dépendance au pétrole en tant que source de matières premières.

Les fibres artificielles obtenues à partir de pulpe végétale appelée cellulose. Cette matière organique est chimiquement traitée pour obtenir une fibre dite artificielle. Elles sont les suivantes :

- Viscose : utilisée chez Kiabi.
- Lyocell, Tencel™, Eco Vero™: utilisés chez Kiabi. Proviennent de forêts gérées durablement, utilisant des solvants non toxiques dans la phase de transformation qui sont recyclés à hauteur de 97%.
- Cupro : non utilisé chez Kiabi.

Source des infos : Tricots et tissus de Pierre Hirsch aux éditions Olifant (1988) Better Cotton Initiative, Global standard GmbH.

## 5. LES PROCÉDÉS DE FABRICATION

**Filature :** processus de transformation d'une fibre en fil par torsion pour les fibres naturelles (végétales, animales). Pour les fibres artificielles ou synthétiques, le processus permet d'obtenir directement un filament continu, utilisé seul ou combiné.

**Tissage :** fabrication d'une étoffe (aussi appelée tissu) par entrecroisement de fils (chaîne dans un sens, trame dans l'autre) perpendiculaires, à l'aide d'un métier à tisser.

**Tricotage :** fabrication d'un tricot par la formation de boucles entrelacées (les mailles) sur un fil continu à l'aide d'un métier à tricoter.

**Dé lavage :** processus qui permet de donner à un produit fini (confectionné) un aspect vieilli, délavé. Souvent utilisé pour les pantalons denim. Le dé lavage « stone washed » est habituellement réalisé dans une machine à tambour avec de l'eau et des pierres calcaires pour donner de la

douceur et une usure visuellement irrégulière.

**Teinture :** action de modifier la couleur d'un support par absorption d'un colorant.

**Confection :** ensemble des opérations d'assemblage d'un vêtement ou accessoire. Les étapes principales sont la coupe du tissu puis son assemblage sur machine à coudre.

**Denim (toile de Nîmes) :** tissu de coton ou coton mélangé très robuste par son tissage. Il est traditionnellement bicolore: chaîne bleue et trame blanche.

**Réglementation européenne REACH :** REACH est un règlement de l'Union Européenne adopté pour mieux protéger la santé humaine et l'environnement contre les risques liés aux substances chimiques, tout en favorisant la compétitivité de l'industrie chimique de l'UE. Il promeut également des méthodes alternatives pour l'évaluation des dangers des substances afin de réduire le nombre d'essais sur les animaux.

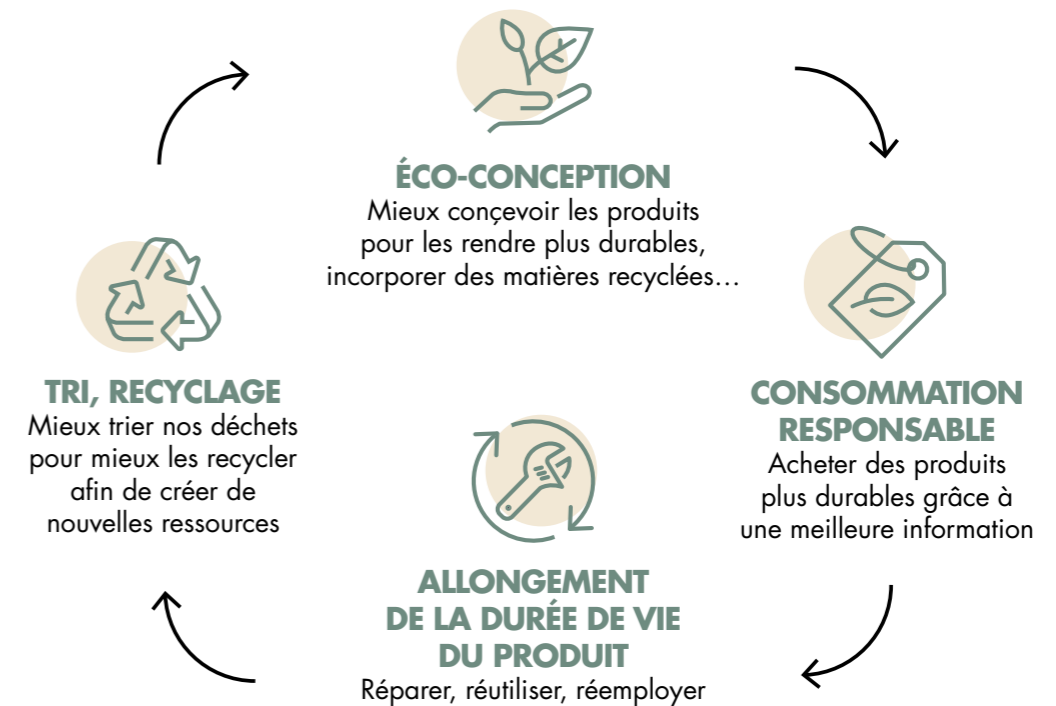
**AFIRM :** Fondé en 2004, le groupe Apparel and Footwear International RSL Management (AFIRM) est une association d'entreprises du secteur de l'habillement et de la chaussure qui collaborent pour promouvoir la gestion des produits chimiques dans la chaîne d'approvisionnement mondiale. AFIRM est animé par le groupe Phylmar, une société de conseil en matière de santé et de sécurité environnementales et de développement durable basée en Californie. Depuis sa création, AFIRM s'est concentré sur l'avancement continu de la gestion des produits chimiques, y compris l'élimination progressive ou la limitation des substances restreintes aux limites établies dans l'habillement, les chaussures et les accessoires.

## 6. ANALYSE DE CYCLE DE VIE (ACV) D'UN PRODUIT

L'analyse de cycle de vie est une méthode d'évaluation normalisée (ISO 14040 et ISO 14044) qui permet de réaliser le bilan environnemental d'un produit de l'extraction des matières premières nécessaires à sa

## Modèle de l'économie circulaire

Gestion durable des ressources (extraction, exploitation raisonnée)



fabrication jusqu'à sa fin de vie (mise en décharge, recyclage...), en passant par ses phases d'usage, d'entretien, et de transport.

## 7. ÉCONOMIE CIRCULAIRE

« L'économie circulaire consiste à produire des biens et des services de manière durable en limitant la consommation et le gaspillage des ressources et la production des déchets. Il s'agit de passer d'une société du tout jetable à un modèle économique circulaire. »

(Ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires).

## 8. LOGISTIQUE ET TRANSPORTS

**Entrepôt logistique :** nos entrepôts se situent à Lauwin Planque dans le Nord de la France et à La Bisbal del Penedes (près de Barcelone, Espagne)

**Plateforme de transport :** pour consolider les flux

entre nos entrepôts et les zones régionales de distribution, nous travaillons avec des plateformes Logistique/Transport opérées par des transporteurs-partenaires. Ces plateformes sont le point de départ du transport de distribution vers chaque magasin et peuvent réaliser quelques tâches logistiques.

## Définition des indicateurs

### 1. INDICATEUR CARBONE

Les émissions carbone de l'année de référence, ici 2022, sont recalculées chaque année en cas d'évolution méthodologique. Pour 2022, nous avons donc recalculé les émissions carbone en scope 1/2/3 des évolutions méthodologiques suivantes :

### Sur la fabrication des produits :

- Modification de la méthodologie de pondération des produits : nous avons ici intégré une pondération des poids référence à la taille moyen (vs poids de référence à la taille en N-1)
- Amélioration des facteurs d'émissions matières vers davantage de détails dans notre mix
- Ajout d'une étape de délavage pour les produits Denim
- Changement de la méthodologie de l'écowash qui s'applique désormais sur l'étape de délavage ajoutée précédemment
- Amélioration de la donnée sur les ENR appliqué dans le bilan 2024 et projection rétroactive sur les bilans précédents
- Association plus fine des process de fabrication à une référence commerciale
- Prise en compte d'un taux de chute unique à chaque procédé de fabrication

### Sur l'utilisation des produits par le consommateur :

- Alignement sur les conditions d'utilisation du Product Environmental Footprint (PEF) pour les conditions de lavage, séchage et repassage
- Modification de la méthodologie de pondération des produits : nous avons ici intégré une pondération des poids référence à la taille moyen (vs poids de référence à la taille en N-1)

### Sur la fin de vie des produits :

- Modification de la méthodologie de pondération des produits : nous avons ici intégré une pondération des poids référence à la taille moyen (vs poids de référence à la taille en N-1)

### Sur le transport aval :

- Intégration des émissions par colis transporté transmises directement par les transporteurs Point relais et domicile (vs estimation des kms en N-1)

### Sur les déplacements clients et visiteurs :

- Distance en kms basée sur la médiane de nos data clients (vs moyenne en N-1)
- Nombre de magasins visités et moyen de transport utilisé basés sur une étude réalisée auprès de nos clients
- Les déplacements Point Relais et domicile ont été déplacés en transport aval
- % de réduction des émissions carbone scope 1/2/3 en valeur absolue par rapport à 2022

Définition : Evolution des émissions carbone du groupe Bunsha International (c-à-d activités retail et foncière) pour les scope 1/2/3 en valeur absolue calculées en Teq CO2 par rapport à l'année de référence (2022)

Formule de calcul : (Emissions carbone scope 1/2/3 en valeur absolue en 2024) / (Emissions carbone scope 1/2/3 en valeur absolue de l'année de référence 2022 recalculées) -1

- % d'évolution des émissions carbone scope 1/2/3 en intensité de kg de produits achetés par rapport à 2022

Définition : Evolution de l'intensité carbone au kg de produit acheté par rapport à l'année de référence 2022

Formule de calcul intensité carbone au kg de produit acheté : Emissions carbone liées à la fabrication produits de l'année N / kilos de produits finis achetés sur N

Formule de calcul : (Emissions carbone liées à la fabrication produits de l'année N / kilos de produits finis achetés sur N) / (Emissions carbone liées à la fabrication produits de l'année 2022 recalculées / kilos de produits finis achetés sur 2022) -1

- % d'évolution des émissions carbone scope 1/2/3 en intensité produit vendu par rapport à 2022

Définition : Evolution de l'intensité carbone au produit vendu par rapport à l'année de référence 2022

Formule de calcul intensité carbone au produit vendu : Emissions carbone de l'année N / total des quantités vendues sur N.

Formule de calcul : (Emissions carbone de l'année N / total des quantités vendues sur N) / (Emissions carbone de l'année 2022 / total des quantités vendues en 2022) -1

## 2. INDICATEURS EAU

### Consommation nette d'eau douce

Définition : La consommation nette d'eau douce quantifie le volume d'eau prélevée et non restituée au milieu aquatique par l'ensemble des activités de Kiabi.

L'indicateur de consommation nette d'eau douce vient remplacer l'indicateur de consommation d'eau de nos propres sites.

Les consommations nettes d'eau douce 2022 et 2023 ont été calculé sur la même méthode que 2024 pour remplacer les indicateurs de consommation d'eau de nos propres sites et avoir des comparaisons cohérentes.

## 3. INDICATEURS D'ÉCO-CONCEPTION (PRODUITS À IMPACT ENVIRONNEMENTAL RÉDUIT)

### Périmètre pour tous les indicateurs :

- Campagnes d'achat des collections ÉTÉ N et HIVER N
- Quantités commandées
- Exclusions : produits défectueux identifiés lors des contrôles qualité en usine, qui ne sont donc pas achetés par KIABI
- Couche du dessus

### Part de nos articles textiles achetés atteignant un niveau 1 d'éco-conception

Définition : utilisation d'un minimum de matières à impact environnemental réduit

### Produits Textiles :

Les parties textiles du produits doivent contenir un minimum de fibres à impact environnemental réduit:

- Au minimum 50 % de coton biologique ou en conversion vers le bio ou coton BCI ou coton USTCP ou fibres synthétiques recyclées ou fibres cellulosiques à impact environnemental réduit (Viscose Eco Vero®, Tencel® Lyocell, Tencel® Modal)
- Ou au minimum 20 % de coton recyclé ou laine recyclée ou laine certifiée RWS

### Produits non-Textiles :

Le produit doit contenir au minimum 20 % de matériaux à impact environnemental réduit (le plus souvent matériaux recyclés) sur le poids total du produit.

### Chaussures :

Pour les chaussons : ils doivent contenir au minimum 20 % de matériaux à impact environnemental réduit (le plus souvent matériaux recyclés) sur le poids total de la chaussure.

Pour les autres types de chaussures : 50 % de la semelle doit être en matériaux recyclés.

NB 1 : Un accessoire en matériaux recyclés ne suffit pas à catégoriser un produit comme produit à impact environnemental réduit.

NB 2 : Aucune communication n'est faite sur les produits contenant du coton BCI ou coton USTCP car le process de traçabilité est insuffisant.

Formules de calcul : total des produits textiles utilisant une matière principale à impact environnemental réduit (cf définition ci-dessus) commandés / total des produits commandés

### Part de nos articles textiles achetés atteignant un niveau d'éco-conception 2

Définition : produit ayant recours à des procédés industriels moins énergivores, moins consommateurs d'eau ou moins impactants sur l'environnement.

Les procédés considérés comme moins impactants sont les suivants :

- Eco-wash (délavage moins consommateurs d'eau, de produits chimiques ou d'énergie)
- Eco-dye (mode de teinture moins consommateur d'eau et d'énergie)
- Undyed (sans teinture donc sans aucun blanchisseur ni aucun colorant)
- Finition durable des tissus
- Tough cotton® (technologie qui permet de prolonger la

durée de vie des produits)

- Low waste pattern (optimisation de la conception pour une utilisation maximale du tissu et un minimum de déchets de coupe)
- Colle à base d'eau

Formule de calcul : total des produits textiles ayant fait l'objet d'un procédé à impact environnemental réduit commandés / total des produits commandés

#### Part de nos articles textiles achetés atteignant un niveau d'éco-conception 1+2

Définition : Part des pièces ayant une matière à impact environnemental réduit (niveau 1) et cumulativement un processus à impact environnemental réduit (niveau 2)

Formule de calcul : total des produits textiles utilisant une matière à impact environnemental réduit et ayant fait l'objet d'un procédé à impact environnemental réduit commandés / total des produits commandés

#### Répartition des matières (en tonnages de produits finis achetés)

Définition : répartition des matières premières utilisées en % de tonnages de produits finis achetés

Périmètre :

- Toutes les matières des produits achetés
- Les chutes qu'elles soient en production de la matière ou en coupe ne sont pas comprises

#### 4. INDICATEURS TRANSPORT

##### Répartition de nos modes de transport amont

Définition : Part de nos modes de transport amont pour les quantités achetées en grand import et acheminées jusqu'à nos entrepôts.

##### Répartition de nos modes de transport aval

Part de nos modes de transport aval pour les quantités acheminées depuis nos entrepôts jusqu'à nos magasins, points relais et web.

#### 5. INDICATEURS CIRCULARITÉ

##### Part des produits de seconde main dans l'ensemble des articles vendus par KIABI

Définition : Part des quantités vendues en 2<sup>nd</sup> main (corners, plateforme C2C, Kidkanai) sur le total des quantités vendues du groupe.

Formule de calcul : total des quantités vendues en 2<sup>nd</sup> main (corners, plateforme C2C, Kidkanai) / total des quantités vendues par le groupe que ce soit via nos magasins succursales, affiliées, franchisés, shop in shop ou via le digital auxquels sont ajoutées les quantités vendues sur la plateforme C2C et les quantités du concept store Kidkanai.

Périmètre :

- Corners 2<sup>nd</sup> main dans l'ensemble des pays
- Site web dédié (plateforme C2C) y compris pièces vendues par Rediv sur le site
- Kidkanai y compris les pièces vendues en braderie (C2C)

## S'engager socialement pour toutes et tous

Les données sociales correspondent exclusivement aux personnes ayant un contrat de travail dans une entité du Groupe Kiabi.

Elles n'intègrent pas les données relatives aux personnes en intérim, indépendants, prestataires de services ou encore stagiaires. En revanche, les alternants (contrat de professionnalisation et contrat d'apprentissage) sont compris dans le périmètre.

Le périmètre inclut l'ensemble des Kiabers des entités du groupe consolidé de Bunsha International. Les champs d'application, lorsqu'il y en a, sont mentionnés pour chacun des indicateurs ci-après.

Les bases de calcul de la majorité des indicateurs quantitatifs sont issues de notre logiciel de paie CEGEDIM (Smart RH). Ce logiciel est présent en France, Espagne. Pour les autres pays, nous utilisons des logiciels différents ou avons recours à des prestataires de paie.

#### Définitions des termes repris

**AMFORI** : principale association commerciale mondiale pour un commerce ouvert et durable. Elle permet à ses membres le partage de leurs résultats d'audits sociaux (via BSCI) et environnementaux (via BEPI)

**L'audit social** est une évaluation de la conformité sociale des usines dont le résultat, sous forme de rapport d'audit incluant un score, permet de connaître la performance sociale des fournisseurs. Il inclut une visite d'usine (non annoncée), des vérifications de documents en remontant aux preuves justificatives sur base d'échantillonnage, des entretiens avec les ouvriers... Les thèmes des audits sociaux sont la sécurité des bâtiments, le juste paiement des heures travaillées, le non travail forcé...

#### Définitions des indicateurs

##### 1. INDICATEURS SOCIAUX

###### Effectifs au 31/12/N

Il s'agit du nombre total de Kiabers (CDD / CDI et alternants) présents au 31/12/N. Les Kiabers sont classés en fonction de leur sexe, de leur âge, de leur CSP (Management = Cadres / Employés = Employés + Agents de maîtrise), de leur type de contrat (CDI ou CDD) et de leur durée de travail (temps plein / temps partiel). Différence entre un contrat temps plein / temps partiel : un temps partiel est défini dès lors que le Kiaber travaille moins que la durée légale du pays. Par exemple, pour la France c'est une base 35h, au Portugal c'est 40h.

###### GPTW® Trust Index

Le Trust Index™ de Great Place to Work® est une enquête anonyme réalisée auprès de tous les salariés en contrat

avec l'entreprise, fondée sur 5 dimensions (crédibilité, respect, équité, fierté et convivialité) qui permet de déterminer ce qui définit une expérience collaborateurs de qualité.

Le Trust Index™ constitue la base du programme de la certification Great Place to Work® en association avec le dossier de Culture Brief™.

###### Turnover

Formule de calcul : ((Nb de départs sur l'année N + nb d'embauches sur l'année N) / 2) / effectif au 01/01/N  
Périmètre : uniquement les CDI

• Nous entendons par départs : nb de personnes ayant quitté l'une de nos entités françaises au cours de l'année. Les départs au 31/12 ne sont pas pris en compte comme départs sur l'année N mais bien sur l'année N+1.

• Nous entendons par embauche : nb de personnes embauchées au cours de l'année en CDI. Chaque contrat compte pour une unité qu'il soit à temps plein ou à temps partiel.

• Les départs / embauches ne comprennent pas les changements de type de contrat et les mutations de société à l'intérieur du pays.

###### Taux d'absentéisme

Définition : Il correspond au nombre de jours d'absences calendaires par rapport au nombre de jours calendaires théoriquement travaillés.

Formule de calcul : Nb de jours calendaires d'absence / nb de jours calendaires de contrat en N

- Le nb de jours de travail théorique calendaire correspond au nb de jours de travail contractuel s'il n'y avait eu aucune absence au cours de l'année. Le nombre de jours calendaires est équivalent à 365. Un nombre de jours de travail théorique correspondrait à 365 – vacances – jours fériés.

- Pour les salariés cadres, le calcul se fait comme suit : Nb de journées calendaires d'absence (nombre de jours d'absence maternité, accident du travail...) / Nb

de journées calendaires (une personne présente toute l'année = 365). L'ensemble des types d'absences est pris en compte.

Périmètre : CDI

Attention :

- Belgique, le nombre de jours calendaires s'entend comme le nombre de jours contractuels théoriques travaillés dans le mois soit 20 jours en moyenne alors que pour les autres pays, le nombre de jours calendaires est de 28.

- L'Italie calcule son taux d'absentéisme sur le nombre d'heures et non sur le nombre de jours, ce pays n'est pas pris en compte dans l'indicateur consolidé monde.

→ L'indicateur consolidé ne reprend pas l'Italie.

### Taux de fréquence des accidents du travail

Formule de calcul :  $Nb \text{ d'AT} * 1000000 / nb \text{ d'heures travaillées}$

Accidents du travail avec arrêt supérieur à 1 jour entraînant des jours d'arrêts. Taux exprimé par rapport aux heures travaillées. Les accidents de trajet ne sont pas compris dans le calcul.

Ils sont classés par type d'activités : magasin, siège, entrepôt, foncière.

Périmètre : CDD, CDI et alternants

### Taux de maladies professionnelles

Formule de calcul :  $Nb \text{ de maladies professionnelles déclarées en N} / Nb \text{ de collaborateurs au } 31/12/N$ .

Périmètre : CDD, CDI et alternants

## 2. INDICATEURS DIVERSITÉ

### % de collaborateurs en situation de handicap

Formule de calcul :  $Nb \text{ de collaborateurs reconnus handicapés sur l'année} * 100 / (nb \text{ total CDI \& CDD yc alternants présents au } 31/12/2024)$

Les notions de travailleurs handicapés peuvent varier entre les pays selon la législation (notamment en Asie).

Périmètre : CDI, CDD (surcroit d'activité, remplacement)

et alternants.

→ Ok tous pays Kiabi.

## 3. INDICATEURS GESTION DES COMPÉTENCES

### Nombre heures de formation

Définition : Nombre d'heures de formation réalisées (sur base des participants) par les collaborateurs Kiabi sur l'année 2024. Seuls les employés ayant signé la feuille d'émargement sont pris en compte. Pour les formations E-learning : suivi effectué au temps de connexion réel (ne dépassant pas 150% des heures théoriques) + avec « mention achevée » de la formation (via une évaluation à la fin de la formation)

Exclusion des heures réalisées sur N-1 pour les formations terminées en 2024.

→ Formations internes ou externes à l'organisation, qualifiantes ou non avec distinction des formations non obligatoires considérées comme développement de compétences.

→ Formations « non obligatoires » considérées : l'ensemble des formations quel que soit le format physique, digital ou hybride, en lien avec le développement des compétences des collaborateurs (c'est à dire l'ensemble de développement métiers et personnel/savoir-être) - hors formation obligatoire. Cela inclut les formations académiques, tutorat et mentorat.

Périmètre : CDD / CDI et alternants, stagiaires exclus

→ Ok tous pays Kiabi

### Part de collaborateurs de KIABI formés pour développement de compétences :

Formule de calcul :  $Nb \text{ de Kiabers formés ayant au moins eu une formation non obligatoire sur l'année N} / Nb \text{ de matricules ayant été sous contrat au cours de l'année } 2024 \text{ quelque soit sa durée}$

Périmètre : CDI, CDD, alternants, stagiaires exclus

→ Ok tous pays Kiabi

## 4. INDICATEURS INSERTION

### PROFESSIONNELLE

#### Nb d'entrées en insertion professionnelle

Définition : Nombre de personnes nouvellement entrées dans un parcours d'Insertion par l'Activité Economique et/ou dans un autre parcours-programme d'inclusion professionnelle. Ces parcours permettent à des personnes éloignées de l'emploi de se (re)connecter au monde du travail et de l'entreprise, grâce à une entité tiers et compétente dont Kiabi est partenaire dans une dynamique de partage de compétences, de savoir-faire et de savoir-être.

Cet indicateur est suivi en cumul depuis 2020.

#### Nombre de sorties dynamiques

Définition : Les sorties dynamiques générées par le Petit Magasin sont :

→ les emplois durables :

- CDI y compris CDI des entreprises adaptées et des entreprises à but d'emploi

- CDD ou interim de plus de 6 mois

- Création d'entreprise

→ Emplois de transition :

- CDD de moins de - de 6 mois à la fin du contrat d'insertion

- Mission intérim de - de 6 mois

- Contrats aidés

→ Sorties positives (formation pré-qualifiante ou qualifiante, embauches dans une autre SIAE)

#### Nombre de familles bénéficiaires

Définition : Nombre de tickets générés par les Petits Magasins sur l'année N.

## 5. INDICATEURS CONFORMITÉ SOCIALE

Sont exclus du scope d'audits de conformité sociale et environnementale sur 2023 :

- Les usines de rang 2 qui ne nous auraient pas été déclarées par nos fournisseurs de rang 1.

- L'ensemble de nos fournisseurs de Rang 3.

De manière générale, les fournisseurs sont répertoriés fonction de la localisation du bureau d'achat qui les gère. Les usines, quant-à-elles, sont répertoriées sur base du pays de production. C'est pourquoi certains pays tels que le Cambodge, Vietnam, Birmanie et Ethiopie ont des usines mais pas de fournisseur référencé.

Les audits permettent de délivrer une note entre A et B sur base de l'évaluation de 10 thématiques. Les notes sont calculées de la manière suivante :

A =  $\geq 95$  % ET pas de « zero tolerance violation » ET aucun point critique ET A $\geq 6$ , C=0, D=0, E=0

B =  $\geq 90$  % ET pas de « zero tolerance violation » ET aucun point critique ET C $\leq 3$ , D $\leq 2$ , E=0

C =  $\geq 85$  % ET pas de « zero tolerance violation » ET aucun point critique ET D $\leq 3$ , E=0

D = 80 % ET pas de « zero tolerance violation » ET point « zero tolerance violation » critique  $\leq 2$  and E $\leq 3$

E =  $< 80$  % ET/OU une « zero tolerance violation » ET/OU point « zero tolerance violation » critique  $> 2$  ET/OU E $> 3$

### % d'usines auditées et évaluées au plus haut niveau de performance de conformité aux standards sociaux internationaux et réglementaires (A+B)

Définition : Part des usines de rangs 1 et 2 ayant obtenu la note A ou B lors de leur dernier audit social réalisé dans l'année.

Périmètre :

→ Usines de rangs 1 et 2

→ Fournisseurs grand import uniquement (les importateurs ne sont pas pris en compte dans ce calcul)

### % de nouvelles usines référencées et évaluées A, B ou C

Définition : part des nouvelles usines référencées (nouvellement référencées = créées dans le système) auditées au niveau social A, B ou C

Périmètre : Rang 1 uniquement

### **% d'usines ayant obtenu la note E dont le niveau s'est amélioré ou dont la relation a cessé dans les 6 mois**

Définition : Part des usines ayant obtenu la note E lors d'un audit social entre juillet 2023 et juin 2024 et ayant eu une meilleure note ou rupture de la relation dans les 6 mois.  
Périmètre : Uniquement pour les usines existantes de rang 1.

## Gouvernance et création de valeur

### Définitions des indicateurs

#### **% de collaborateurs actionnaires**

Définition : Part des collaborateurs actionnaires sur l'ensemble des collaborateurs du groupe Kiabi  
Formule de calcul : Nombre de collaborateurs en CDI actionnaires au 31/12 de l'année N de reporting / Nombre de collaborateurs en CDI de + 4 mois d'ancienneté au 31/12 de l'année N de reporting.

#### **% de femmes leaders-dirigeantes**

Définition : Part de femmes à des postes de leaders sur l'ensemble des leaders

Périmètre : pour les BU hors comité de direction des services dits « supports », soit les comités de direction repris suivants :

- Comité de direction groupe (rattachement à Patrick S)
- Comité de direction de la BU retail France
- Comité de direction de la BU retail Belgique
- Comité de direction de la BU retail Espagne
- Comité de direction de la BU retail Italie
- Comité de direction de la BU retail Portugal
- Comité de direction de la foncière Etixia

#### **Index d'égalité femmes / hommes**

Cet index a été mis en place par le Gouvernement français courant 2018. Il a pour but de permettre aux entreprises de mesurer leur avancée sur le plan de l'égalité professionnelle. Le nombre maximum est de 100 points. En deçà de 75 points, les entreprises doivent mettre en place des actions correctives sous peine de se voir sanctionner financièrement. 5 indicateurs permettent de calculer la note :

- La suppression des écarts de salaire entre les femmes et les hommes à postes et âges comparables compte pour 40 points.
- La même chance d'avoir une augmentation pour les femmes que pour les hommes compte pour 20 points.
- La même chance d'obtenir une promotion pour les femmes que pour les hommes compte pour 15 points.
- Toutes les salariées augmentées à leur retour de congé maternité dès lors que des augmentations ont été données en leur absence comptent pour 15 points.
- Au moins quatre femmes ou hommes dans les 10 plus hautes rémunérations compte pour 10 points. Données France uniquement.

#### **% de volume d'affaires durable**

Définition : Volume d'affaires durable (dimension environnementale) qui mesure notre capacité à faire pivoter le modèle de Kiabi (activité Retail) autour de nos 2 leviers clés de transformation environnementale :

- Le volume d'affaires généré par les produits écoconçus de 1<sup>ère</sup> main (niveau d'éco conception 1+2+3)
- Le volume d'affaires généré par les activités et services circulaires (à ce jour seconde vie et location)

Périmètre : ventes réalisées durant l'année de reporting toutes collections confondues que ce soit via nos magasins succursales, affiliés, franchisés, via nos plateformes digitales (site web Kiabi, seconde main by Kiabi ou encore la market place)

→ Volume d'affaires de niveau d'éco-conception 1+2+3 correspond aux références répondant aux critères

1 (matières moins impactantes), 2 (process moins impactants) et 3 (green manufacturing de rang 1)

→ Volume d'affaires seconde main de nos corners, de la plateforme de ventes entre particuliers et notre concept store Kidkanai.

→ Volume d'affaires provenant de notre test location.

#### **Taux de conformité cybersécurité « exposé » (indice Bitsight)**

Définition : Calculé par l'agence de notation Bitsight: 18 points de contrôles répartis en 4 catégories sur l'ensemble de nos services IT exposés sur Internet. Pour chaque contrôle, est attribué un nombre de points, pour une note finale sur 820. L'indicateur est ensuite ramené en % pour plus de lisibilité.

Périmètre : toutes les applications et les services IT exposés sur Internet pour l'ensemble du groupe KIABI avec les pays.

Il mesure notre conformité aux 18 points de contrôle Cybersécurité suivant :

- Compromised Systems (5 points de contrôle : Botnet Infections / Spam Propagation / Malware Servers / Unsolicited Communications / Potentially Exploited)
- Diligence (11 points de contrôle : SPF / DKIM / SSL Certificates / SSL Configurations / Open Ports / Web Application Headers / Patching Cadence / Insecure Systems / Server Software / DNSSEC / Web Application Security)
- User Behavior (1 point de contrôle : File Sharing)
- Public Disclosures (1 point de contrôle : Security Incidents)

#### **Net Promoter Score (NPS)**

cf explication des termes du modèle d'affaire.

# KIABI

## Contact RSE KIABI

rsekiabi@kiabi.com

## Conception éditoriale

INSPIRE - Marie Chaillou - mariechaillou@inspire-transition.com

## Conception graphique

LIKE A FREE - Eric Deregnacourt - eric@likeafree.fr



kiabi.com



61, rue Henri Regnault  
92400 Courbevoie  
France

Tél : +33 (0)1 49 97 60 00 - Fax : +33 (0)1 49 97 60 01  
[www.forvismazars.com/fr](http://www.forvismazars.com/fr)

## **BUNSHA INTERNATIONAL**

**Rapport de l'organisme tiers indépendant  
(tierce partie) sur la vérification de la  
déclaration consolidée de performance  
extra-financière figurant dans le rapport de  
gestion**

Exercice clos le 31 décembre 2024

## **BUNSHA INTERNATIONAL**

Société Anonyme au capital de 416 454 146€

Siège social : 4 A R du Moulin de Lezennes, 59260 Lezennes

RCS Lille Métropole 513 907 261

## **Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification de la déclaration consolidée de performance extra-financière figurant dans le rapport de gestion**

Exercice clos le 31 décembre 2024

Aux actionnaires,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant, membre du réseau Forvis Mazars, commissaire aux comptes de la société BUNSHA INTERNATIONAL, accrédité par le COFRAC Vérification sous le numéro 3-1895 (accréditation dont la liste des sites et la portée sont disponibles sur [www.cofrac.fr](http://www.cofrac.fr)), nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques (constatées ou extrapolées) de la déclaration consolidée de performance extra financière (ci-après respectivement les « Informations » et la « Déclaration »), préparées selon les procédures de l'Entité (ci-après le « Référentiel »), pour l'exercice clos le 31 décembre 2024, présentées dans le rapport de gestion de BUNSHA INTERNATIONAL (ci-après la « Société » ou l'« Entité »), en application des dispositions des articles L. 225 102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce (dans leurs versions antérieures au 1<sup>er</sup> janvier 2025).

### **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 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

Comme indiqué dans la Déclaration, 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 la Société

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 (dans leurs versions antérieures au 1<sup>er</sup> janvier 2025) ;
- la sincérité des informations historiques (constatées ou extrapolées) fournies en application du 3<sup>o</sup> du I et du II de l'article R. 225 105 du code de commerce (dans leurs versions antérieures au 1<sup>er</sup> janvier 2025), à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques.

Nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques, constatées ou extrapolées.

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 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).

Le présent rapport est établi conformément au programme de vérification RSE\_SQ\_Programme de vérification\_DPEF.

## Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 821-28 du code de commerce et le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention.

## Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 5 personnes et se sont déroulés entre décembre 2024 et mars 2025 sur une durée totale d'intervention de 6 semaines.

Nous avons mené une vingtaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration, représentant notamment les directions juridiques, impacts, contrôle de gestion RSE, ressources humaines, collection, éthique et conformité et achats Groupe.

## 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 (dans leurs versions antérieures au 1<sup>er</sup> janvier 2025) en matière sociale et environnementale ;

- nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 (dans leurs versions antérieures au 1<sup>er</sup> janvier 2025) 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<sup>ème</sup> alinéa du III de l'article L. 225-102-1 (dans leurs versions antérieures au 1<sup>er</sup> janvier 2025) ;
- 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 :
  - o apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus, au regard des principaux risques et politiques présentés, et ;
  - o corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes présentées en Annexe 1. Nos travaux ont été réalisés au niveau de l'Entité consolidante ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 avec les limites précisées dans la Déclaration ;
- nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'Entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants présentés en Annexe 1, nous avons mis en œuvre :
  - o des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
  - o 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<sup>1</sup> et couvrent entre 60 % et 100 % des données consolidées sélectionnées pour ces tests ;
- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation.

---

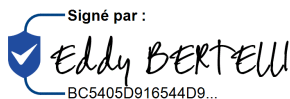
<sup>1</sup> *Kiabi France, Kiabi Espagne et Kiabi Italie*

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


L'organisme tiers indépendant,

Forvis Mazars SAS

Paris La Défense, le 14/04/2025

Signé par :  
  
BC5405D916544D9...

Eddy Bertelli  
Associé

Signé par :  
  
2CAFEB6C451E44A...

Siham Belhadj  
Associée RSE & Développement Durable

## Annexe 1 : Informations revues en tests de détail

### Informations qualitatives (actions et résultats) relatives aux principaux risques

Revue au niveau de l'entité consolidante :

- Offre de produits accessibles
- Réduction réutilisation et recyclage
- Changement climatique
- Accès aux matières premières
- Traçabilité
- Conditions de travail
- Transformation du modèle
- Consommation d'eau
- Pollution eau
- Érosion biodiversité
- Sécurité informatique
- Durabilité des produits
- Gestion des compétences et attractivité
- Pollution des sols
- Utilisation des sols
- Égalité et inclusion

### Indicateurs quantitatifs incluant les indicateurs clés de performance

Indicateur	Périmètre d'audit
Effectifs par pays, hommes/femmes, temps plein/temps partiel, CDI/CDD	France, Espagne, Italie
Turnover	France, Espagne
Taux de fréquence des accidents du travail	France, Espagne
Pourcentage de collaborateurs en maladie professionnelle	France, Espagne
Taux d'absentéisme	France, Espagne
Nombre de licenciements par sexe, âge et catégories professionnelles	Espagne
Ratio du salaire de base et de la rémunération des femmes par rapport aux hommes	Espagne
Ratio de rémunération totale annuelle	Espagne
Pourcentage de salariés couverts par une convention collective	Espagne

Pourcentages de Kiabers formés pour développement des compétences	France, Italie
Nombre d'heures de formation	France, Italie
Pourcentage de satisfaction des Kiabers	Espagne
Pourcentage de nouvelles usines de rang 1 référencées évaluées par un audit social A, B ou C	Groupe
Pourcentage d'usines existantes évaluée E socialement dont le niveau s'est amélioré ou la relation arrêtée dans les 6 mois (rang 1)	Groupe
Pourcentage des usines de rang 1 et 2 Textile, accessoires & chaussures auditées sur le volet social évaluées A et B	Groupe
Egalité Femme / Homme aux postes de leaders	Groupe
Pourcentage de Kiabers actionnaires	Groupe
Nombre de personnes entrées en insertion professionnelle par l'activité des Petits Magasins (cumulées)	Groupe
Taux de satisfaction clients (NPS) Kiabi	Groupe
Exposed Security Rating (ou Niveau de Cybersécurité Exposé)	Groupe
Pourcentage de CA Durable	Groupe
Pourcentage de collaborateurs à capacité différente	France, Espagne
Répartition de la part des collaborateurs à capacité différente par BU	France, Groupe
Pourcentage offre éco-conçue hors article exclus web, chaussures et accessoires (en pièces)	Groupe
Emissions carbone en valeur absolue scopes 1,2 et 3 (2024, et évolutions méthodologiques 2023 et 2022)	Groupe
Consommation d'eau en m3 (2024, et évolutions méthodologiques 2023 et 2022)	Groupe
Emprise au sol en m² (2024, et évolutions méthodologiques 2023 et 2022)	Groupe
Pourcentage de quantités vendues en seconde main omnicanale	Groupe
Pourcentage de produits achetés niveau feuille 1 & niveau feuille 2	Groupe
Répartition des achats de fibres en poids	Groupe

A photograph of three young people sitting on a wooden bench in front of a brick wall. On the left, a young man in an orange sweater smiles. In the middle, a young man with glasses in a light blue t-shirt laughs heartily. On the right, a young woman with braids in a blue denim jacket also laughs. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day.

**KIABI**

**Rapport  
d'impact  
KIABI  
FOUNDATION**

**2024**

# INTRODUCTION

## Le mot de Léa

**“NOTRE MISSION AU SEIN DE LA KIABI FOUNDATION :  
REDONNER CONFIANCE AUX JEUNES”**

**Chez KIABI, nous avons une mission : celle de faire toujours plus pour les familles.**

Parce que croire en soi, en l’avenir, et en sa capacité à changer les choses est essentiel pour avancer dans la vie, nous avons décidé de placer notre mission au cœur de ce qui compte vraiment :

**Redonner confiance aux jeunes.**

Confiance en eux-mêmes. Confiance en leur pouvoir d’agir. Confiance en l’avenir...

**Cet engagement est universel.** Peu importe d’où l’on vient, qui l’on est, où l’on vit... chaque jeune mérite d’entendre ce message d’espoir et de force. Et c’est **ensemble**, à travers la **KIABI Foundation**, que nous voulons le porter haut et fort.

Pour comprendre et ressentir au plus près ce qui est essentiel, nous avons tendu l’oreille et ainsi recueilli les paroles de familles en France, en Espagne, en Inde. Nous avons interrogé nos collaborateurs, nos clients et nos partenaires. **Une chose est sûre : donner confiance, c’est agir pour un monde plus juste.**

Alors chaque jour, un peu plus, **nous œuvrons pour transformer cette conviction en actions concrètes**, pour apporter une véritable valeur à la société, bien au-delà des services et produits que nous proposons chez KIABI.

**L’ENJEU POUR 2025 ? QUE TOUJOURS PLUS DE COLLABORATEURS SE LÈVENT AVEC CETTE MÊME ÉNERGIE, CETTE MÊME ENVIE DE CHANGER LES CHOSES.**

Parce que, **quand nous agissons ensemble, rien ne peut nous arrêter**, engageons-nous auprès des jeunes pour plus de confiance.



Léa Cervellin Guéguen  
Leader de l’engagement sociétal KIABI et  
Déléguée générale KIABI Foundation

# INTRODUCTION

## Le mot de Franck

**“S’ENGAGER SUR NOS TERRITOIRES EST UNE FIERTÉ”**

**Faire un métier que nous aimons avec des gens que nous aimons pour des clients que nous aimons** » est notre singularité. Alors donner du sens à notre métier, à nos actions au quotidien pour contribuer à créer un monde plus juste est naturellement dans notre culture humaine. Nous avons donc décidé :

- **D’œuvrer pour l’inclusion et l’égalité** des chances pour tous.
- **De nous engager à contribuer positivement** avec notre écosystème social et sociétal.
- **D’agir pour le bien-être commun** et de construire un avenir durable pour notre planète et ses habitants.

Naturellement la KIABI Foundation a vocation à porter l’engagement philanthropique de l’entreprise en s’appuyant avant tout sur **l’engagement des Kiabers au quotidien**. Depuis plus de 10 ans, nous nous engageons sur nos territoires, là où KIABI est présent, là où les Kiabers portent un/des projets avec nos partenaires associatifs locaux. **C’est une fierté.**

Alors, nous avons, en 2024, décidé de préciser notre engagement en nous dotant d’une cause unique :

### **REDONNER CONFIANCE À LA JEUNESSE**

**Cette cause est universelle**, fondamentale et nous sommes convaincus, nous les 10 000 Kiabers, que nous pouvons faire bouger les choses localement.

**Donner encore plus de sens à nos métiers et nourrir l’engagement social et sociétal de KIABI sera, en 2025, un des enjeux de KIABI.**



Franck De Saintignon  
Président KIABI Foundation

# KIABI FOUNDATION

Notre mission :  
Redonner confiance  
aux jeunes

## UNE INFORMATION PRÉOCCUPANTE

 **81%\***

**des jeunes** renoncent à  
leurs aspirations par  
**manque de confiance**

Or, **notre ambition chez KIABI** est d'accompagner toujours plus les familles alors,  
**nous agissons !**

Ainsi en 2024 la mission de la KIABI Foundation est actée :

## REDONNER CONFIANCE AUX JEUNES

Confiance en eux, mais aussi en leur avenir, parce que **la confiance en soi, ça peut tout ouvrir** : des portes, du courage, de l'audace, des fenêtres sur le monde, des carrières, des passions... Bref, **le monde de demain est entre leurs mains** et nous leur faisons confiance pour qu'il soit radieux !

Et si, en 2024 nous avons accompagné des dizaines de projets à travers le monde, **l'ambition pour 2025** est plus forte encore avec la volonté d'**engager davantage d'acteurs, d'associations et d'ONG mais surtout de collaboratrices et collaborateurs.**



\* Source : Baromètre Jeunesse & Confiance 2023

**KIABI**

# KIABI FOUNDATION

## LES FAITS QUI ONT MARQUÉ CETTE ANNÉE

Lancement de la mission de la KIABI Foundation, pour **donner confiance à la jeunesse**.

Lancement de la plateforme **Ki'Act**, pour permettre aux collaboratrices et collaborateurs de connaître les projets portés par la KIABI Foundation et de s'engager.



34 112

**jeunes** ont bénéficié d'un programme soutenu par KIABI, leur permettant de renforcer leur confiance en eux



1100

**Kiabers\*** engagés dans des projets portés par la KIABI Foundation

## LES DÉFIS À VENIR

Faire davantage connaître et **rayonner** la KIABI Foundation et sa mission **partout dans le monde**



**Engager plus de Kiabers** dans la mission de la KIABI Foundation



**Identifier de nouveaux partenaires** associatifs pour maximiser notre impact



### \* Le saviez-vous ?

Un Kiaber est tout simplement le nom donné aux collaborateurs KIABI. Un terme entré dans leur langage familial !



2024  
L'année de  
tous les défis

KIABI



# TABLE DES MATIÈRES

## 01

### En bref

Quelques chiffres clés

Résultats de l'étude 2024 :

- Méthodologie
- Pour les jeunes jeunes accompagnés
- Pour les collaboratrices et collaborateurs
- Pour les associations et ONG

En route vers 2035

## 02

### Les équipes

Le conseil d'administration

Les ambassadrices et ambassadeurs

Les expertes et experts métiers

## 03

### Les projets

#### LES PROJETS FRANÇAIS

Les Positifs / La sauvegarde du Nord

Sport dans la ville / Télémaque

#### LES PROJETS HISTORIQUES

Entreprendre pour apprendre

Émergence Aréli

Les enfants de la balle / Les autres actions

#### LES INTERNATIONAUX

Cofamon / Foyer Lilla Monod

Al Paso / La chapelle de Bourgogne

Dynamo Camp / Grameen Shikkha

Ek Pahal

#### LES THÉMATIQUES

Coaching Mode

Octobre Rose

## 04

### Bilan

Appel à projets KIABI Village : les lauréats

Le projet IMAGINE : une ambition long terme assumée

La KIABI Foundation : comment s'engager ?



- 1 Quelques chiffres-clés
- 2 La méthodologie de l'étude 2024
- 3 Les résultats pour les jeunes
- 4 Les résultats pour les collaboratrices et collaborateurs
- 5 Les résultats pour les associations et ONG
- 6 En route vers 2035

# QUELQUES CHIFFRES CLÉS



**1 100**  
Collaboratrices et collaborateurs  
impliqués



**34 112**

**Jeunes** ont bénéficié d'un programme  
soutenu par la **KIABI Foundation**, leur  
permettant de renforcer leur confiance en  
eux



**21**  
Projets soutenus

**322 298**

Euros ont permis de soutenir ces  
projets



**06**  
Pays impliqués  
dans ces projets



**KIABI**

# RÉSULTATS DE L'ÉTUDE 2024\*

## MÉTHODOLOGIE

Afin d'évaluer l'impact des actions de la KIABI Foundation en 2024, une enquête a été menée auprès des **trois publics concernés**, et son contenu adapté pour mesurer l'atteinte des **objectifs**.

### LES JEUNES ACCOMPAGNÉS



#### OBJECTIF

*Augmenter leur confiance en eux*

### LES KIABERS



#### OBJECTIF

*Renforcer leur fierté*

### LES ASSOCIATIONS ET ONG



#### OBJECTIF

*Pérenniser l'activité*

Ainsi, nous avons recueilli les bénéfices ressentis par chacun d'entre eux, mais également **récolté des indicateurs de confiance et des témoignages** éloquents. Cela nous permet de mesurer l'impact des actions de la KIABI Foundation.

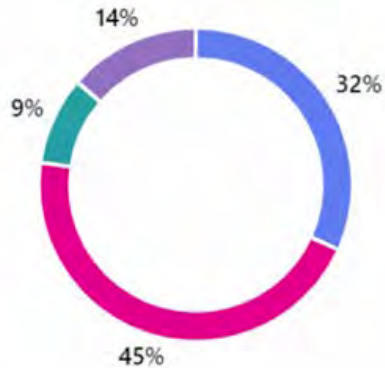
### INDICES DE CONFIANCE

**Sur une échelle de 1 à 5 :**

- 5 - Très élevée** : Confiance totale, certitude quasi absolue
- 4 - Élevée** : Bonne confiance, quelques incertitudes mineures
- 3 - Moyenne** : Confiance modérée, mais avec des réserves
- 2 - Faible** : Confiance limitée, des doutes significatifs persistent
- 1 - Très faible** : Aucune confiance, forte incertitude

# RÉSULTATS DE L'ÉTUDE 2024\*

## DES JEUNES ACCOMPAGNÉS



En réponse à la question :

“Que recherchez-vous à travers l’accompagnement ?”

- Gagner confiance
- Découvrir des métiers
- Faire partie d’une communauté de jeunes
- Me sentir autonome



**PRÈS DE LA MOITIÉ DES JEUNES**

citent **la confiance** comme bénéfice principal



En réponse à la question :

“L’accompagnement vous a-t-il permis de découvrir une formation, un ou des métiers ?”



**1 JEUNE SUR 2** y répond **positivement**

# RÉSULTATS DE L'ÉTUDE 2024\*

## DES JEUNES ACCOMPAGNÉS

### AU SUJET DE LEUR CONFIANCE EN EUX

Auto-évaluation du niveau de confiance en soi  
AVANT  
d'avoir bénéficié de programmes d'accompagnement soutenus par  
la KIABI Foundation



Auto-évaluation du niveau de confiance en soi  
APRÈS  
avoir bénéficié de programmes d'accompagnement soutenus par  
la KIABI Foundation

\*5 sur une échelle de 1 à 5



**BILAN : PRÈS DE LA MOITIÉ** des jeunes interrogés se situent à un niveau maximum de confiance en eux après avoir été accompagnés

# RÉSULTATS DE L'ÉTUDE 2024\*

## DES JEUNES ACCOMPAGNÉS

Parce que ce sont les jeunes qui en parlent  
le mieux, quelques verbatim partagés



*"Des journées comme ça me permettent d'oublier mon handicap et de me rendre compte que tout est possible quand on est motivé. Ça a rendu ma famille fière"*

*"This activity will give me courage, confidence and bravery, as well as teach me more skills and knowledge"*

*"Ce dispositif m'a apporté une meilleure connaissance de moi-même et me permettra un gain de sérénité et de confiance en moi. Merci !"*

*"Enhanced experience value"*

*"It gives me confidence"*

*"Du soutien dans les moments compliqués, un réseau pro, des opportunités extra-scolaires et de nouvelles connaissances amicales"*

*"Ce dispositif m'apporte énormément, car il me permet d'explorer concrètement le monde professionnel et de mieux comprendre mes centres d'intérêt"*

*"J'ai rencontré des collaborateurs incroyables, j'ai découvert des métiers et le Kiabi Village. J'ai aussi appris beaucoup de choses à propos de moi, à me sentir plus confiante pour mes futurs entretiens et échanges professionnels"*

*"During the activities, I think it bring to me the confidence, I can adapt it slowly and glowing charisma"*

## RÉSULTATS DE L'ÉTUDE 2024\*

# DES COLLABORATRICES ET COLLABORATEURS

100%

des **Kiabers** déclarent que leur expérience de mécénat de compétences leur procure un **sentiment d'utilité et de fierté** et qu'elle nourrit leur **quête de sens et d'engagement**

PLUS DE 97%

estiment avoir acquis de **nouvelles connaissances et compétences**, que ce soit sur le plan **humain ou professionnel** grâce à cette expérience de mécénat

95%

considèrent que **l'engagement des collaborateurs renforce l'engagement sociétal** de l'entreprise et contribue à rendre KIABI plus attractif

### 2 COMPÉTENCES PRINCIPALES DÉVELOPPÉES À TRAVERS LE MÉCÉNAT :



**Confiance & Estime de soi**



**Fédération autour d'un projet commun**

Parce que ce sont les Kiabers qui en parlent le mieux, quelques verbatim qu'ils nous ont partagés



*"Je suis fière d'appartenir à une entreprise humaine et investie dans de belles causes grâce à toutes les actions réalisées par la KIABI Foundation. Un tel engagement est précieux, merci pour tout ça"*

*"It could help me to be a better responsible member of society"*

*"Je suis fan de toutes les actions que vous entreprenez ! Félicitations et merci de nous aider à contribuer à la création d'un monde meilleur"*

*"It was very emotional and motivating. Knowing and discovering different realities. It also sensitized me in everyday life"*

*"Merci à la KIABI Foundation pour toutes les actions qui sont proposées"*

*"Merci à vous pour toutes les belles actions mises en place sur l'année. Développons plus encore en 2025 !"*

# RÉSULTATS DE L'ÉTUDE 2024\*

## DES ASSOCIATIONS ET ONG

90%

**des organisations** sont convaincues de **l'impact positif** de l'accompagnement de la KIABI Foundation en termes de croissance et de rayonnement de leurs projets

80%

des organisations estiment que l'accompagnement de la KIABI Foundation **a renforcé la pérennité économique de leur organisation**

70%

ont perçu de **véritables bénéfices en termes de renforcement de liens** avec d'autres acteurs sociaux du territoire (collectivités locales, autres organismes publics, associations, fondations)

intérêt  
sérénité  
réseau  
confiance  
opportunités  
enthousiasme  
programme  
échanges  
événements  
partage  
merci



Rejoignez le mouvement !



# EN ROUTE VERS 2035

## Le rêve de la KIABI Foundation

**Ce rêve c'est avant tout une vision** révélée grâce à l'écoute de nos clients, collaboratrices et collaborateurs, fournisseurs et différentes parties prenantes en réponse à la question: "**En quoi voudriez-vous que la KIABI Foundation soit utile**" ?  
Et si le souhait d'accompagner les enfants et adolescents à développer leur potentiel est largement ressorti nous l'avons traduit en **une mission simple** :

### REDONNER CONFIANCE AUX JEUNES

En eux-mêmes ET en leur avenir, car la confiance peut tout changer : elle ouvre des portes, suscite le courage et l'audace, et donne accès à des opportunités infinies.

### 3 AXES CLÉS POUR Y PARVENIR

#### Maximiser notre impact

Après avoir soutenu des dizaines de projets en 2024, l'objectif pour 2035 est d'**accompagner 500 000 jeunes** à travers les territoires où KIABI est présent, en renforçant leur confiance en eux, leur résilience et leur capacité à s'épanouir.

#### Développer le réseau international

**La KIABI Foundation** s'engage à développer un **écosystème global de soutien**, de formation et d'opportunités pour que chaque jeune puisse se sentir capable, confiant et inspiré.

#### Mobiliser un maximum de Kiabers

Aujourd'hui, **nos ambassadeurs sont notre plus grande force** ! Ensemble, ils incarnent la mission de la KIABI Foundation au quotidien, avec enthousiasme et détermination. Notre objectif : que chaque collaborateur puisse s'investir davantage dans ces projets porteurs d'engagement et de sens, car chaque action compte et contribue à bâtir un avenir meilleur.

Avec ces actions, la KIABI Foundation vise à transmettre **un message universel et essentiel** :  
**TOUT EST POSSIBLE LORSQUE L'ON A CONFIANCE EN SOI ET EN L'AVENIR !**



- 1 Le conseil d'administration
- 2 Les ambassadrices et ambassadeurs  
Les expertes et experts métiers

# Les équipes

# CONSEIL D'ADMINISTRATION



Léa Cervellin Guéguen  
Déléguée générale  
KIABI Foundation



Franck De Saintignon  
DRH et Président KIABI  
Foundation



Patrick Stassi  
Directeur Général KIABI



Camille Caron  
Leader Transition  
Environnementale KIABI



Elisa Donnini  
Responsable RH KIABI

## REPRÉSENTANTES DES FONDATEURS



Elisabeth Cunin  
Présidente KIABI



Melodie Dubly  
Entrepreneure



Chloé Bonduel  
Étudiante



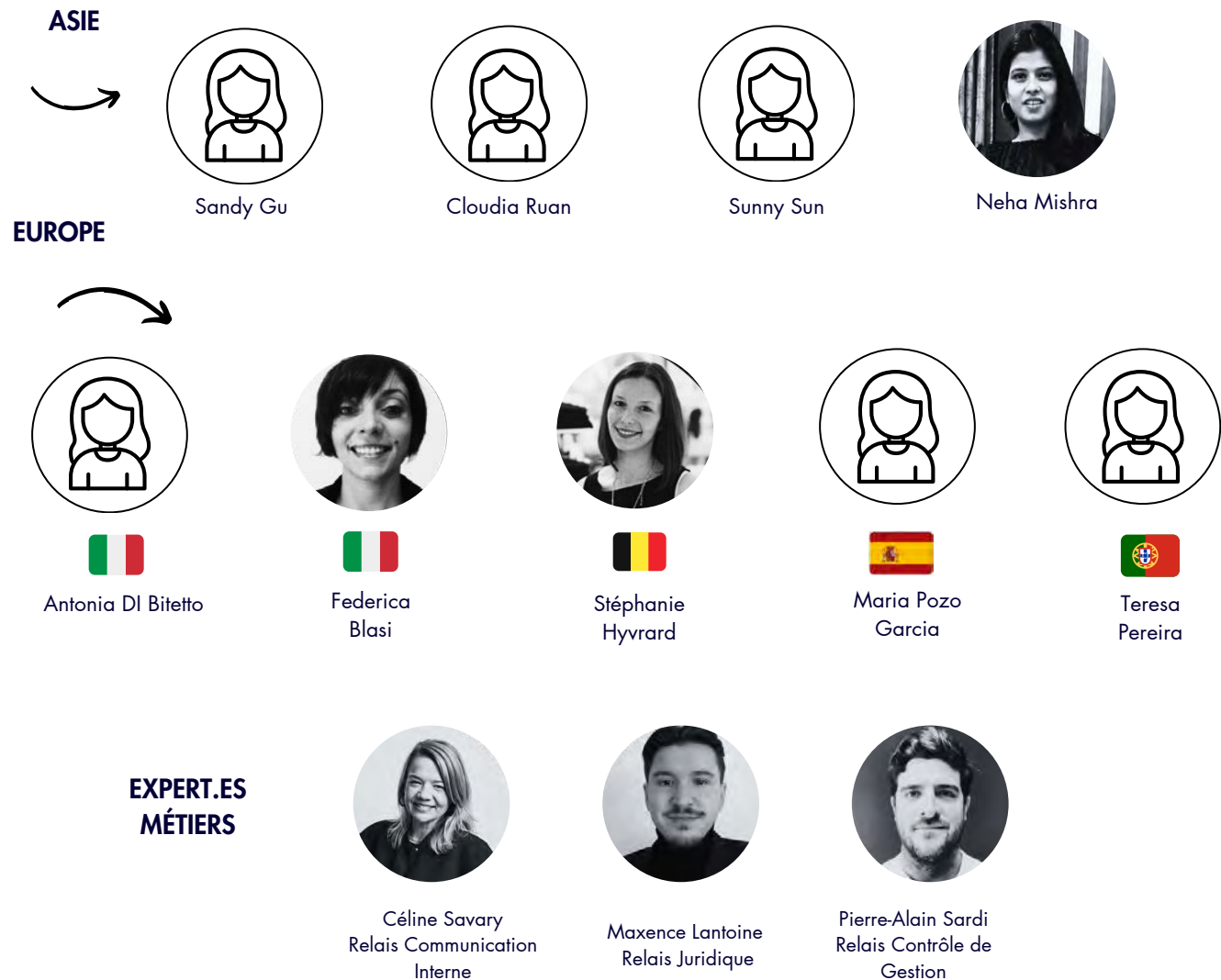
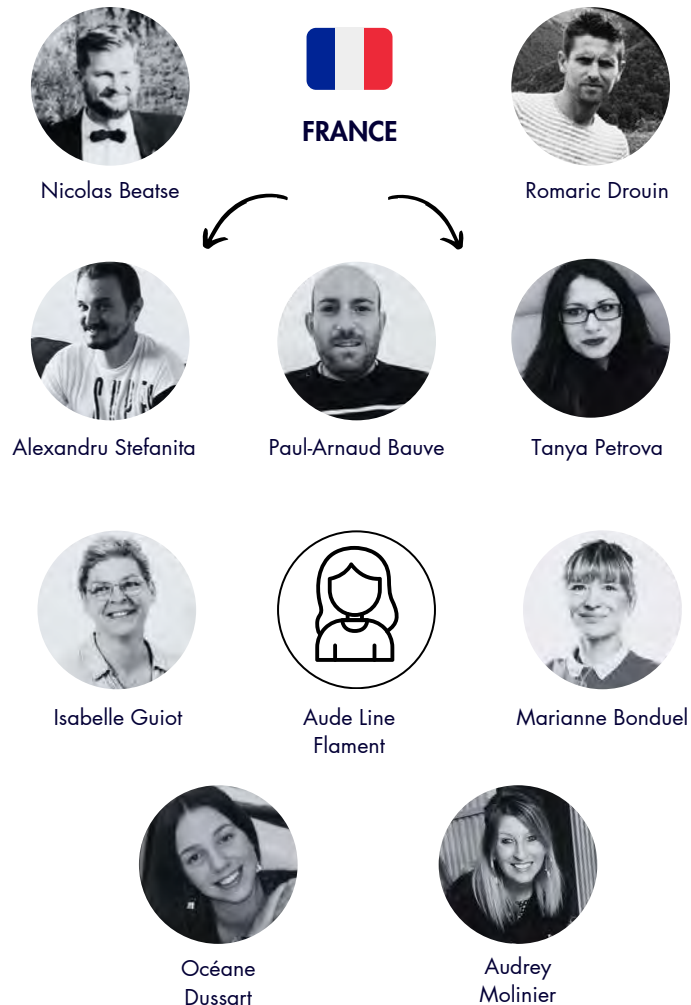
Antoine De Fouchecourt  
Journaliste



Thomas Mejean  
Directeur Fondation McDonalds

## REPRÉSENTANTS DES PERSONNES QUALIFIÉES

# AMBASSADRICES ET AMBASSADEURS EXPERTES ET EXPERTS MÉTIERS\*





## LES PROJETS FRANÇAIS

Les Positifs / La sauvegarde du Nord

Sport dans la ville / Télémaque



## LES PROJETS HISTORIQUES

Entreprendre pour apprendre

Émergence Aréli

Les enfants de la balle / Les actions supplémentaires



## LES INTERNATIONAUX

Cofamon / Foyer Lilla Monod

Al Paso / La chapelle de Bourgogne

Dynamo Camp / Grameen Shikkha

Ek Pahel



## LES THÉMATIQUES

Coaching Mode

Octobre Rose



# Les projets 2024



# LES POSITIFS



**La mission :** Soutenir des jeunes de 10 ans à 20 ans en situation de handicap afin de recréer du lien social et leur permettre de développer leur confiance en eux

Nombre de KIABERS mobilisés : 70

Nombre de jeunes accompagnés : 195

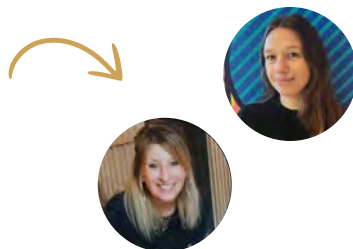


Le collectif "Les Positifs", créé par APF France Handicap à Villeneuve d'Ascq, réunit des jeunes en situation de handicap autour de projets valorisants et enthousiasmants depuis de nombreuses années déjà.

Or depuis 2018, **KIABI propose une collection facile à enfiler et adaptée à ces jeunes sous le label "So easy"** : une collaboration était donc évidente !

Ainsi, au cours du premier semestre 2024, **l'équipe des Positifs et la KIABI Foundation ont co-organisé un défilé inclusif**, mobilisant de nombreux Kiabers, une quarantaine de mannequins et rassemblant plus de 400 spectateurs. Un événement visant à **renforcer la confiance de ces jeunes participants** en les plaçant au centre de l'attention ce jour-là, tout en prenant en compte leurs besoins spécifiques. Et si ce défilé est aujourd'hui terminé, l'aventure de mannequin ne s'arrête pas là pour Tom, Adrien et Flavien aujourd'hui sur plusieurs de nos photos ou présents dans nos défilés !

*Mention spéciale à Audrey et Océane pour l'organisation du défilé et à toutes les équipes collections impliquées*



# LA SAUVEGARDE DU NORD



**La mission :** Accueillir et accompagner des enfants, des adolescents, des jeunes en difficultés psychiques, psychologiques, scolaires, familiales ou sociales

Nombre de KIABERS mobilisés : 60

Nombre de familles accompagnées : 117

Dans la volonté d'**accueillir des familles en situation de vulnérabilité**, la Sauvegarde du Nord a initié le **projet "SARA"** qui offre un hébergement et un accompagnement au sein du CHRS\* de Lille. En collaboration avec la KIABI Foundation, plusieurs Kiabers ont eu la chance de participer à **l'aménagement d'espaces extérieurs**, créant des zones de jeux, un jardin et un potager, en co-construction avec les résidents.

**Pendant 10 semaines, de nombreux collaborateurs se sont relayés chaque mercredi pour mener à bien ce projet**, apportant soutien et sourires aux familles accueillies. Cette initiative **renforce les liens sociaux** et pourrait se poursuivre par des aménagements intérieurs afin de pérenniser cet engagement !

<https://www.lasauvegardedunord.fr/>



**117**  
Familles  
accueillies

**Une suite envisagée pour l'aménagement intérieur**

\*Centre d'Hébergement de la Réinsertion Sociale



**La mission** : Rétablir l'égalité des chances en accompagnant les jeunes des quartiers prioritaires dans leur réussite scolaire

Nombre de KIABERS mobilisés : 20

Nombre d'enfants accompagnés : 11 800

Le projet "Sport dans la Ville" vise à offrir aux jeunes des quartiers prioritaires un accès au sport afin de **favoriser leur développement personnel, leur réussite scolaire et leur insertion professionnelle**. L'Association Sportive KIABI (ASK), quant à elle, organise les "Olymkiab" depuis plusieurs années déjà, rassemblant collaborateurs et jeunes de ces quartiers sur le terrain, au siège de Hem, **pour un moment de cohésion et de partage**.

En 2024, cet événement a pris une nouvelle dimension avec la participation dans l'animation des jeux, de jeunes issus de plusieurs associations, telles que "Sport dans la Ville" mais aussi "Télémaque" ou encore le "Programme Émergence Areli". Une implication qui a permis de **renforcer son impact et son rayonnement** !

Un partenariat qui se prolonge aujourd'hui avec des sessions sportives régulières, favorisant la cohésion et contribuant activement à l'égalité des chances.

Et si le sport est bien sûr un formidable **levier de confiance en soi**, l'initiative se poursuit, et des stages en entreprise sont également proposés à ces jeunes, souvent confrontés à d'autres difficultés notamment en matière d'insertion professionnelle et dans la confiance en leurs capacités !

<https://www.sportdanslaville.com/>



**OURDA ECH CHYCRY**

*Marraine de la promotion 2024/2025*

*Part à la rencontre de ces jeunes pour partager son parcours inspirant :*

*d'alternante à DG France KIABI en 13 ans !*



**La mission** : Organiser des programmes de mentoring pour les jeunes issus de quartiers prioritaires

Nombre de KIABERS mobilisés : 50

Nombre de jeunes accompagnés : 2 000

La mission de Télémaque est d'accompagner vers leur réussite, des jeunes investis, issus de territoires fragiles, grâce à leur communauté de mentors et de partenaires engagés. La KIABI Foundation fait partie de ceux-là, et **de nombreux Kiabers sont aujourd'hui mentors** de l'association afin d'aider ces jeunes à s'orienter, avoir confiance en eux et à trouver leur voie.


Dans cet esprit, tous les deux ans, KIABI co-construit avec eux une semaine immersive et sur mesure en tenant compte de leurs centres d'intérêt, et en alignement avec la mission de la KIABI Foundation.

Ainsi **en 2024, huit jeunes ont été sélectionnés** pour participer à cette aventure collective sur la thématique "Un produit, plusieurs vies". Après une semaine riche en événements : visite des magasins, concept stores, laboratoire de tests, une formation rapide sur l'eco-conception et plusieurs rencontres avec des collaborateurs de tous métiers, ils ont pu pitcher leurs propositions devant de nombreux Kiabers conquis. **Une vraie fierté pour ces jeunes** peu habitués à l'exercice, mais aussi pour ces Kiabers, fiers d'avoir pu partager et transmettre leur expertise.

<https://www.telemaque.org/>



# ENTREPRENDRE POUR APPRENDRE

 **La mission** : Organiser des mini entreprises par et pour des jeunes sans réseau professionnel issus de quartiers prioritaires  
Nombre de KIABERS mobilisés : 40  
Nombre de jeunes accompagnés : 700

Le projet "Entreprendre pour Apprendre" **accompagne des jeunes** en leur permettant de créer des mini-entreprises au sein de leurs collèges et lycées. Grâce à des interventions régulières de collaborateurs KIABI, en tant qu'accompagnants, mentors et/ou jury, ces jeunes apprennent progressivement à **prendre confiance en eux**, tout en développant de solides compétences entrepreneuriales à travers la découverte du monde de l'entreprise.

En juillet dernier, **80 jeunes de 12 à 20 ans ont ainsi participé à une journée sur la thématique de la diversité en entreprise, encadrés par 40 Kiabers**, avec des ateliers et un pitch final devant un jury composé de collaborateurs.

**Avec 700 enfants au total** ayant monté des projets de mini entreprises sur l'année 2023/2024 dans le Nord, ce programme met l'accent sur l'inclusion par le travail et permet la révélation de talents parmi tous ces participants !

<https://www.entreprendre-pour-apprendre.fr/>

Parce que ce sont les jeunes  
qui en parlent le mieux



*"Ils sont bienveillants  
et là pour nous rassurer "*

*"De belles rencontres"*

*"La cohésion d'équipe est  
essentielle"*


*"J'ai bien aimé mes mentors,  
elles étaient inspirantes"*

*"J'ai bien aimé le déroulé de la journée tout  
ce qui nous était proposé était super cool"*

*"C'était très intéressant et  
enrichissant"*

*"J'ai passé de bons moments avec mes  
mentors"*

*"J'ai beaucoup aimé quand on nous a accueillis (...) le travail que  
nous avons effectué et l'oral aussi. Merci pour cet accueil chaleureux,  
j'espère revenir pour le refaire"*

 **La mission** : Permettre à de jeunes talents issus de milieux modestes de se construire un avenir professionnel à la hauteur de leur potentiel et de leurs ambitions

Nombre de KIABERS mentors : 2

Nombre de jeunes accompagnés : 60 par promo  
(6 concernés par le coaching mode)

Depuis 2002, le programme Emergence Areli vise à **accompagner des jeunes bacheliers issus de quartiers prioritaires**, sélectionnés pour leur engagement et leur ambition en leur offrant un accompagnement unique pour **réussir leurs études supérieures et réussir leur insertion professionnelle**. En plus d'un soutien financier pendant cinq ans, ils bénéficient de **mentorat et de coaching mode** dispensés par les équipes collections et magasins afin de les aider à gagner en confiance en eux et en leurs compétences.

Depuis le lancement de ce dispositif, **665 lauréats ont obtenu leur diplôme**, une réussite qui illustre l'impact de ce programme et son importance faisant de lui l'un des projets emblématiques de la KIABI Foundation.

Parmi les moments marquants, on retiendra le défilé de certains lauréats lors d'événements organisés par KIABI, symbolisant leur progression et la reconnaissance de leur talent !

À travers ce programme, Emergence **Areli et KIABI partagent une mission commune** : offrir à ces jeunes une expérience enrichissante et leur ouvrir les portes d'un avenir prometteur. Et parce que l'histoire ne s'arrête pas là, tout récemment, une jeune fille issue de ce programme a d'ailleurs rejoint les équipes de KIABI... une belle illustration de ce partenariat gagnant.

 **913**  
Lauréats ont bénéficié de ce programme depuis sa création en 2002



*Sophie & Sonia*  
*Un duo de choc qui fonctionne depuis 5 ans. Sonia a d'ailleurs rejoint les équipes de KIABI récemment !*



<https://www.areli.fr/le-programme-emergence/le-programme-emergence/>



# LES ENFANTS DE LA BALLE



**La mission :** Favoriser l'inclusion des enfants en situation de handicap à travers le sport  
Nombre de KIABERS mobilisés : 60  
Nombre de jeunes accompagnés : 100

Le projet "Les Enfants de la Balle" vise à **favoriser l'inclusion des enfants en situation de handicap à travers le sport et ses valeurs**, en créant des clubs mixtes où ils jouent aux côtés d'enfants valides. Depuis 4 ans, la KIABI Foundation soutient cette initiative en **formant ses collaborateurs à devenir ambassadeurs** de l'inclusion grâce, par exemple, à une journée d'ouverture citoyenne organisée par l'équipe supply de KIABI.

Des ateliers de sensibilisation, impliquant bénévoles et enfants, ont été organisés au siège et dans les magasins KIABI de Bourgogne. Ce projet, porté par **Annie Goutte et Florian Quenot**, contribue à bâtir une société plus inclusive, où chacun trouve sa place sur le terrain et dans la vie.

<https://www.lesenfantsdelaballe.org/>



## L'EFFET JO

*Ce dispositif a tellement bien fonctionné que la rentrée 2024 a vu ses demandes exploser en terme d'inscription en natation...  
La vague JO Parisienne a déferlé !*

# ET DE NOMBREUSES AUTRES ACTIONS MENÉES AVEC NOS COLLABORATEURS



## FRANCE

Les Apprentis d'Auteuils

Lycée Césaire à Lille

Collège Pierre Mendès de Tourcoing

La Fondation des Possibles

Les Petites Cantines

Les Restos du Coeur

SOLFA

SOS Bébés et Mamans

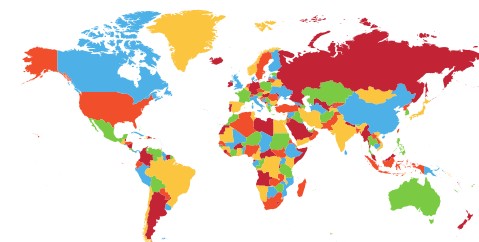
Toi Demain



## BELGIQUE

Anne Missonne

ASBL L'Envol



## ASIE



Koruncuk Vakfi- Orphan and Neglected Children/Youth Protection NGO



Shanghai Charity Foundation




SOAP Cycling

...



## COFAMON

 **La mission** : Soutenir des familles monoparentales en difficulté financière pour la réalisation de moments de partage avec leurs enfants

Nombre de KIABERS mobilisés : 38

Nombre de familles accompagnées : 100  
(soit 250 enfants environ)

"Cofamon" est une association qui aide les familles monoparentales à **créer du lien social et à briser l'isolement**. Leur fondatrice, maman solo elle-même, a accompagné, depuis sa création, plus de 6 000 bénéficiaires. L'association offre ainsi des **moments de partage précieux entre enfants et parents**, souvent épuisés de tout porter. Par exemple, en 2024, en collaboration avec la KIABI Foundation, **une sortie à la mer pour 100 familles et 250 enfants a été organisée, mobilisant des collaborateurs**. Des sorties culturelles, comme des visites au musée, ainsi que des collectes de vêtements et de produits essentiels par les équipes en magasin viennent renforcer cet engagement, apportant du répit et de beaux moments de partage aux familles concernées.




### LE SAVIEZ-VOUS ?

**CO - FA - MON pour  
Collectif de  
FAMILLES  
MONoparentales**



## FOYER LILLA MONOD



 **La mission** : Accompagner des jeunes filles vulnérables en développant leur confiance en elles

Nombre de KIABERS mobilisés : 25

Nombre de jeunes filles accompagnées : 18

Le projet "Foyer Lilla Monod" **accompagne des jeunes filles vulnérables et déscolarisées** en leur offrant un cadre de protection et de soutien. La KIABI Foundation s'implique en favorisant leur insertion sociale, leur autonomie et leur estime d'elles-mêmes.

### COMMENT ?

En juin dernier, une journée VIP a été organisée pour leur faire découvrir différents métiers, avec des ateliers de coaching mode et image, **renforçant leur confiance** et préparant ainsi davantage leur avenir. Ce projet a déjà permis de **soutenir 18 jeunes filles**, leur offrant des perspectives nouvelles et un accompagnement pratique et pas seulement esthétique !

<https://www.foyerlillamonod.be/>

### STÉPHANIE HYVRARD

*Ambassadrice de la KIABI Foundation Belgique depuis 4 ans, elle a contribué à faire de ce projet un vecteur de lien et d'engagement des Kiabers*

 **La mission** : Promouvoir le développement personnel, la qualité de vie et l'intégration sociale des enfants en situation de handicap

Nombre de KIABERS mobilisés : 45

Nombre de jeunes accompagnés : 10

Depuis 2020, KIABI Foundation soutient l'association madrilène Al Paso, qui propose des thérapies équestres pour des enfants en situation de handicap (paralysie, trisomie, TDAH...). **Chaque année, 10 enfants** issus de familles modestes **bénéficient d'une année complète d'équithérapie financée par la KIABI Foundation**. Les collaboratrices et collaborateurs participent activement en accompagnant les enfants lors des séances, créant des liens forts et contribuant à renforcer leur confiance en eux et leur autonomie. En 2024, la KIABI Foundation poursuit ce partenariat, visant à **soutenir 10 nouvelles familles, avec un impact indirect sur 150 bénéficiaires**.


Un projet ambitieux considéré comme d'utilité publique en Espagne.



## LE SAVIEZ-VOUS ?

*Des études ont prouvé que l'équithérapie permet aux enfants de développer leur confiance en eux.*



 **La mission** : Héberger des jeunes en difficulté pour leur proposer d'autres possibilités d'avenir.

Nombre de KIABERS mobilisés : 30

Nombre de jeunes accompagnés : 44

KIABI Belgique soutient un foyer accueillant **26 jeunes garçons de 6 à 20 ans**, placés par le gouvernement. Le projet vise à **renforcer leur autonomie et leur confiance en eux** à travers des ateliers culinaires bimensuels pendant un an, en leur enseignant une alimentation saine et équilibrée. La direction de **KIABI Belgique** participe activement, notamment lors d'événements comme la Saint-Nicolas, créant des moments de partage avec ces jeunes. Le **programme culinaire implique 30 collaboratrices et collaborateurs et vise à sensibiliser 24 jeunes**, renforçant leur autonomie.

<https://www.chapelledebourgogne.be/>



*Implication du Comité de direction Belge pour une journée d'ouverture citoyenne en décembre dernier. Un moment de partage d'expériences, riche et intense*



# DYNAMO CAMP



**La mission :** Soutenir et prendre en charge des jeunes vulnérables en situation de handicap pour les accompagner dans des activités leur permettant de développer leur confiance en eux

Nombre de KIABERS mobilisés : 35

Nombre de jeunes accompagnés : 7 000

**43 000 depuis la création de l'association !**

## 12 343

Bénévoles  
impliqués

## 79 065

Nombre d'enfants  
et familles impliqués dans  
le Dynamo Camp

## 18

Années  
d'activité

Le projet "Dynamo Camp" accompagne depuis 18 ans des jeunes atteints de maladies graves ou chroniques (diabète, déficiences neurologiques, dépressions...) en leur offrant des activités de récréo-thérapie pour renforcer leur confiance en eux. Ce camp en Italie permet aux **enfants de 6 à 18 ans** de s'évader grâce à des ateliers ludiques et des moments de partage en famille. Depuis 3 ans, la KIABI Foundation soutient ce projet financièrement, matériellement et humainement, avec **l'implication de 35 collaboratrices et collaborateurs qui participent à l'entretien du camp et à l'organisation des activités.**

<https://www.dynamocamp.org/en>

# GRAMEEN SHIKKHA



**La mission :** Favoriser la scolarisation des jeunes pour leur donner plus de chances professionnelles pour la suite

Nombre d'enfants scolarisés : 360

Depuis 2014, la **KIABI Foundation et le fonds de dotation "We Act For Kids"** soutiennent la scolarisation d'enfants issus des bidonvilles de Dacca, au Bangladesh, jusqu'à 16 ans, afin d'augmenter leurs chances d'accéder à l'université. **En partenariat avec l'ONG Grameen Shiksha**, le projet accompagne aujourd'hui 360 élèves de l'équivalent de la 3ème jusqu'à la terminale. Outre l'éducation, ces enfants bénéficient d'activités sportives, artistiques et d'un suivi médical.

<https://www.grameenshiksha.com/>



Création de l'école Grameen Education par  
*Mohamed Yunus*  
(prix nobel de la paix)



*En partenariat avec le fonds We Act for Kids: parce qu'à plusieurs, on est plus forts encore !*



**La mission** : Transformer la vie d'enfants et de femmes défavorisés en Inde par la connaissance, l'éducation et l'autonomie

Nombre de KIABERS mobilisés : 70

Nombre de familles accompagnées : 17 000 dont 650 enfants et jeunes

Depuis 2022, la KIABI Foundation soutient l'ONG EK PAHEL en Inde pour autonomiser les jeunes filles et offrir une éducation aux enfants défavorisés. Le projet inclut des bourses d'études pour les adolescentes et les femmes, la distribution mensuelle de serviettes hygiéniques, et la construction d'une salle polyvalente pour accueillir davantage d'élèves.

## 1. HYGIÈNE MENSTRUELLE : UNE INITIATIVE ESSENTIELLE

EK PAHEL a lancé en 2024 un programme de sensibilisation à l'hygiène menstruelle pour 1 500 femmes et filles dans 10 villages d'Agra. Chaque mois, **des serviettes hygiéniques sont distribuées** et des séances éducatives brisent les tabous, réduisant ainsi les risques sanitaires et **renforçant la confiance en soi des participantes**.

## 2. AGRANDISSEMENT DE L'ECOLE POUR AUGMENTER LA CAPACITE D'ACCUEIL

Grâce au soutien de la KIABI Foundation, une salle polyvalente a été construite à l'école EK PAHEL Pathshala, **augmentant la capacité d'accueil de 650 à 750 élèves**. Modulable, cet espace peut être utilisé comme deux salles de classe ou comme une grande salle pour des événements culturels, séminaires, et activités pédagogiques. **Cette infrastructure mieux adaptée enrichit ainsi le développement personnel des élèves**, leur offrant un cadre propice à l'apprentissage, à la créativité et à la découverte de nouvelles opportunités.

## 3. UN PROGRAMME DE PARRAINAGE POUR UN AVENIR MEILLEUR

En 2024, le programme "Angels for Angels" prévoit de parrainer la scolarité de nombreux enfants avec **une contribution de 100 € par an et par enfant**. Parallèlement, des sessions de coaching et des projets similaires pour une école au Bangladesh sont en préparation, poursuivant une même mission : **éradiquer la pauvreté en misant sur le pouvoir transformateur de l'éducation**.



**EK PAHEL**  
illustre parfaitement l'engagement de la KIABI Foundation pour une société plus juste et équitable, où chaque enfant et femme peut rêver, apprendre et s'épanouir pleinement.



# COACHING MODE

## SOUTENIR LA CONFIANCE EN SOI POUR RÉUSSIR

La **KIABI Foundation** s'engage auprès de jeunes issus de milieux modestes à travers **des programmes de coaching en mode**.

Ces initiatives visent à **renforcer leur estime de soi** et à les préparer au monde professionnel. Grâce à l'expertise des collaborateurs spécialisés dans le milieu de la mode, les bénéficiaires reçoivent des conseils vestimentaires et de savoir-être adaptés aux entretiens de stage ou d'embauche, afin d'aborder ces moments clés avec assurance.

Parce qu'être bien dans ses vêtements, c'est se sentir prêt à affronter tous les défis, **KIABI a ainsi mis en place différents partenariats pour accompagner plusieurs publics :**

**Avec Émergence – Aréli** : qui accompagne les bacheliers, issus de quartiers prioritaires, sélectionnés pour leur engagement et leur sérieux. En plus d'un soutien financier pendant 5 ans et d'un mentorat, ces jeunes bénéficient d'un coaching en mode pour appréhender le monde professionnel avec confiance.



**Avec Télémaque** : pour soutenir des jeunes dans leur développement personnel et leur parcours professionnel.

**Avec le lycée Aimé Césaire** : les élèves, de la seconde à la terminale, participent à des ateliers de préparation aux entretiens et à la découverte des coulisses de KIABI (visite de l'entreprise, échanges avec des Kiabers, parcours métiers...) afin de mieux comprendre les codes du monde du travail.



**Avec le projet Thibaut Cauwet** : ce dernier cible un public féminin, de 18 à 24 ans, en mettant l'accent sur l'estime de soi et l'insertion professionnelle grâce à des séances de coaching esthétique et vestimentaire.

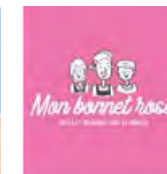
En combinant **conseils pratiques et échanges humains authentiques**, ces programmes vont bien au-delà du simple coaching. Ils ouvrent de nouvelles perspectives à des publics souvent peu accompagnés, leur offrant des opportunités concrètes pour réussir.

**Parce qu'un vêtement bien choisi peut devenir un premier pas vers la confiance en soi...**

# OCTOBRE ROSE

## AGIR ENSEMBLE CONTRE LE CANCER DU SEIN GRÂCE À LA PRÉVENTION

**Leurs missions :** Soutenir des programmes de sensibilisation et de prévention  
Nombre de KIABERS mobilisés : Tous



En 2024, la KIABI Foundation s'engage une dernière fois dans la lutte contre le cancer du sein avant de passer le relais aux magasins dès l'an prochain. 4 associations ont ainsi été soutenues : **La Ligue contre le cancer, Mon Bonnet Rose et Les Fées Papillon** en France, ainsi que **Cancer Survivors** en Turquie.

**Une vaste campagne de sensibilisation, "TOC TOC" (Toucher / Observer / Consulter),** a été déployée en France, Espagne, Italie, Portugal, Belgique, ainsi que chez certains fournisseurs en Inde et en Turquie. L'objectif : informer collaboratrices, clientes et partenaires des gestes de prévention essentiels.

Par ailleurs, tout au long du mois d'octobre, les clients ont pu soutenir la cause en arrondissant leur paiement en magasin, contribuant ainsi directement aux actions des associations.

En choisissant de soutenir la Ligue contre le cancer, La KIABI Foundation soutient le projet du Dr Delpierre, qui analyse l'impact des inégalités sociales sur l'efficacité des soins et la biologie des patientes atteintes de cancer.

**GRÂCE À CES INITIATIVES, EN 2024, PLUS DE 100 000 FEMMES ONT ÉTÉ SENSIBILISÉES AUX GESTES DE PRÉVENTION.**

Les Kiabers ont joué un rôle clé dans cette mobilisation, renforçant ainsi l'engagement de KIABI aux côtés des familles.





# La suite

- 1 Appel à projets du KIABI Village : les Lauréats
- 2 Le projet IMAGINE : une ambition long terme assumée
- 3 La KIABI Foundation : comment s'engager ?

Entre juillet et septembre, **KIABI Village** a lancé un **appel à projets** dans le but d'accueillir des associations locales avec fort impact social, en leur mettant à disposition ses locaux, ses ressources et sa visibilité :

**85 associations** ont manifesté leur intérêt  
**53 ont soumis un dossier complet** sous forme de vidéo.

Après trois jours de délibérations -et des dizaines d'heures de visionnage- **un comité composé de collaboratrices et collaborateurs KIABI** a sélectionné les projets gagnants.

Deux prix ont ainsi été décernés :



**UN PRIX DU JURY**



**UN PRIX COUP DE CŒUR DES KIABERS**

À partir de 2025, **6 associations interviendront ainsi au KIABI Village** sur des thématiques comme la lutte contre le décrochage scolaire ou le développement de **la confiance en soi**.

Une démarche qui reflète l'engagement de KIABI à l'échelle locale avec la volonté de **renforcer le tissu associatif territorial** et de soutenir des initiatives porteuses de sens.

**"Penser global, agir local"** c'est comme ceci que nous pourrions résumer les actions de la **KIABI Foundation** !



## LAURÉATS DE L'APPEL À PROJETS KIABI VILLAGE



### PRIX DU JURY – 6 ASSOCIATIONS SÉLECTIONNÉES

- 1- L'école des XV** : Lutte contre le décrochage scolaire en accompagnant des jeunes à travers du soutien scolaire, des activités citoyennes et une insertion par le sport
- 2- Fondation Agir Contre l'Exclusion (FACE)** : Combat les stéréotypes de genre et favorise l'inclusion sociale
- 3- L'école de la seconde chance** : Propose des cours de théâtre aux bénéficiaires, avec la participation des collaborateurs KIABI chaque mercredi après-midi
- 4- En Terre Happy** : Création d'une "happy box" et d'ateliers pour renforcer la confiance des parents de quartiers sur des sujets comme le sommeil et la nutrition
- 5- Savoir Être et Vivre Ensemble (SEVE)** : Ateliers de philosophie pour les jeunes, favorisant l'échange et le développement personnel
- 6- Senprécé** : Sensibilise aux risques liés aux écrans à travers des ateliers et interventions



Prix coup de cœur des Kiabers

**Sereen** – Organisation de séjours pour permettre aux fratries issues de familles déstructurées de se retrouver ensemble en vacances.

**Ces associations animeront des ateliers et événements en lien avec leurs missions respectives ayant à disposition des locaux ainsi que des Kiabers engagés !**

# LE PROJET IMAGINE

## UN ENGAGEMENT FORT POUR L'ÉDUCATION ET LA SOLIDARITÉ

Projet éco-citoyen d'avenir, le projet école **IMAGINE** est le premier soutenu par la **KIABI Foundation** à l'échelle internationale.

Un pas de plus vers **notre mission** qui est de :

**REDONNER CONFIANCE AUX JEUNES**

et vers **notre ambition** qui est :

**D'IMPACTER DAVANTAGE DE JEUNES**

En effet, 2024 marque la genèse de notre partenariat avec **le projet IMAGINE**, dont les programmes ambitieux visent à sensibiliser et former les jeunes à la citoyenneté et à l'écologie. **La KIABI Foundation** s'engage ainsi à les accompagner sur 3 axes majeurs :

1. **Le financement** d'une partie des programmes éducatifs actuels et plus particulièrement le Programme "Ecole Imagine" à hauteur de **40 classes par an en France** aujourd'hui.
2. **L'étude et le déploiement de programmes adaptés** aux problématiques de territoires dans lesquels KIABI est implanté.
3. **L'étude et l'amélioration de nos outils informatiques** afin de faciliter l'accès aux **kits pédagogiques** des enseignants dont le rôle de transmission est si important !

Ce partenariat incarne ainsi la volonté de la **KIABI Foundation** d'accompagner la jeunesse vers plus de confiance en elle et plus de solidarité.

<https://www.leprojetimagine.com/>



### DES LIEUX DE PARTAGE ET D'ENTRAIDE

*Par ailleurs, 2025 marque une nouvelle étape avec le développement de tiers-lieux au sein des "Petits Magasins solidaires". Ces tiers lieux conçus comme des espaces d'entraide, seront dotés de bibliothèques en partenariat avec Biblionef, permettant ainsi aux familles d'accéder à des livres et à la lecture. Une initiative qui renforce encore l'engagement de KIABI en faveur de l'inclusion et de l'éducation pour tous.*



# S'ENGAGER AVEC LA KIABI FOUNDATION

Vous êtes externe à l'entreprise :  
**CONTACTEZ-NOUS** via l'adresse  
[kiabilife@kiabi.com](mailto:kiabilife@kiabi.com)

**CHEZ KIABI, NOUS CROYONS À LA PUISSANCE DES LIENS HUMAINS ET AU POUVOIR DE LA SOLIDARITÉ POUR FAIRE SOCIÉTÉ ENSEMBLE !**  
La KIABI Foundation facilite l'implication de ses collaborateurs dans les projets.

## *"Je n'ai pas le temps"*

Concilier engagements professionnels, activités personnelles et obligations familiales peut sembler complexe. **KIABI met en place des dispositifs** tels que le **mécénat de compétences**, permettant d'aménager le temps de travail en faveur d'actions solidaires. Chaque collaborateur bénéficie ainsi d'**une journée par an** pour participer à ces initiatives, et les équipes du siège sont encouragées à dédier une **heure par semaine** à ces engagements si elles le souhaitent.

## *"Je ne sais pas vers quel projet me tourner"*

La **plateforme Ki'Act** a été spécialement conçue pour proposer un aperçu des différentes actions soutenues. Échanger avec l'une des nombreuses **ambassadrices ou ambassadeurs de la KIABI Foundation** reste aussi un bon moyen de **bénéficier d'un retour d'expérience** et de trouver le projet qui vous correspond. Ils seront ravis de partager ce qui les a convaincus et guidés dans leur engagement.

## Des questions avant de vous engager ?

Vous êtes collaborateur :  
**RDV SUR LA PLATEFORME  
KI'ACT**



## *"Je doute de l'impact et de l'utilité de mon engagement"*

La KIABI Foundation a recentré sa mission autour d'un enjeu essentiel : **redonner confiance aux jeunes**, afin de les aider à construire un avenir porteur d'espoir. Cet engagement se traduit par **des actions concrètes**. Ainsi, **chaque contribution, aussi petite soit-elle, joue un rôle clé** dans ce parcours car c'est en agissant ensemble que l'impact et le rayonnement seront d'autant plus grand !

## *"Je n'ai pas envie de m'engager sur la durée"*

S'engager ne signifie pas nécessairement un engagement sur la durée. Il existe une grande **diversité d'actions accessibles à tous, quel que soit le temps que vous souhaitez y consacrer**. La plateforme de mécénat de compétences Ki'Act recense ces opportunités, vous permettant ainsi de choisir une mission adaptée à votre disponibilité et vos envies.

**100% des Kiabers ayant consacré du temps sur les projets portés par la KIABI Foundation en sont sortis emplis de joie et de fierté.**

**ALORS REJOIGNEZ LE MOUVEMENT !**

# KIABI

**Contact KIABI FOUNDATION**

[kiabilife@kiabi.com](mailto:kiabilife@kiabi.com)

Conception éditoriale & graphique

Elisabeth Gournay

[elisabeth.gournay@lesprotopistes.com](mailto:elisabeth.gournay@lesprotopistes.com)

**KIABI FOUNDATION**