

**KIABI**



**Déclaration  
de performance  
extra-financière**

**2023**

A photograph of two women embracing in a field during sunset. The woman in the foreground is wearing a light-colored, textured jacket and has her arms around the other woman. The background is a soft-focus landscape with tall grasses and a bright sun low on the horizon, creating a warm, golden glow.

# Ensemble,

**D**ans un contexte mondial chahuté, qui questionne nos organisations, être une entreprise familiale est une force pour KIABI. Il est en effet fondamental pour nous d'être là demain, et dans la durée. C'est cet ancrage dans le temps qui nous donne la capacité d'engager des stratégies à moyen et long termes, en équilibre avec le court terme.

Nous vivons depuis deux ans une phase d'appropriation et de formation aux enjeux environnementaux et sociétaux. Passés le questionnement et l'acceptation, il était temps en 2023 de les intégrer : nous avons ainsi adapté notre Vision 2035 afin d'inclure de manière plus disruptive ces sujets dans nos objectifs et trajectoires. L'intégration des préoccupations environnementales et sociales n'est pas en marge, elle fait dorénavant partie de la façon dont nous exerçons nos métiers et prenons nos décisions. Nous ne reviendrons plus en arrière, le mouvement est lancé.

Cette nouvelle Vision, qui porte un regard nouveau sur la performance de KIABI, suppose de transformer toute notre chaîne de valeur. Quel sera le modèle de demain ? Nous n'avons pas toutes les réponses. Il va nous falloir revoir la façon dont nous faisons notre métier, et renforcer encore plus notre relation aux familles en les intégrant dans ces évolutions. Cela va exiger de rester très ouverts, accepter de douter, se questionner, et encourager le pas de côté dans l'excellence opérationnelle de nos activités. Le défi est aussi de continuer à être conquérants sur notre modèle historique pour nous donner les moyens de nous transformer, tout en y rattachant le futur. Je suis convaincue que la confrontation de ces deux mondes nous fera grandir. Nous ne sommes d'ailleurs pas les seuls à regarder ces sujets, et nous serons de plus en plus nombreux à le faire, en entraînant dans notre mouvement nos partenaires, nos clients... C'est ensemble que nous mènerons ces transformations.



Elisabeth Cunin, Présidente **KIABI**

**P**our traverser les crises et tensions multiples qu'a connu le monde en 2023, nous avons toujours été guidés par notre volonté d'être une marque utile aux familles, et de l'être durablement. C'est toute l'intention que nous portons avec notre Vision 2035, que je suis fier d'avoir pu partager à nos collaborateurs et collaboratrices en novembre 2023. Elle invite à porter un regard nouveau sur nos objectifs et sur ce que peut être la performance de notre entreprise. C'est de là qu'est né le concept triple capital de KIABI qui intègre les limites planétaires, des valeurs d'inclusion fortes tout en garantissant la performance économique.

Il nous a fallu du temps pour apprendre à mesurer, identifier des cibles, comprendre ces nouveaux défis. Le risque aujourd'hui serait de ne pas bouger. Nous mettre en mouvement est indispensable pour adresser notre responsabilité d'acteur de la mode vis-à-vis de l'environnement et de la société, et pour assurer la pérennité de nos activités. La voie que nous empruntons n'est pas la plus simple, nos clients ne nous attendent pas encore sur ces questions. Cela va exiger des décisions courageuses et nous assumerons cette impulsion : la robustesse de KIABI, le soutien de nos actionnaires et notre capacité à engager des moyens pour investir sur ces sujets sont des appuis forts. Notre Vision 2035, c'est aussi l'opportunité de questionner notre utilité, d'inventer des métiers qui n'existent pas aujourd'hui, de faire évoluer notre proposition de valeur, de développer nos services, d'enrichir l'expérience de nos clients.

Nous sommes en marche, et c'est avant tout l'esprit de famille et l'engagement fort que nous partageons toutes et tous au sein de KIABI qui permettront de conduire ces transformations.

Patrick Stassi, Directeur Général **KIABI**



**vers 2035.**



# Sommaire

## 01

### Enjeux et stratégie

Notre Vision 2035	07
40 ans de mode à petits prix	08
Acts for a better world	09
Notre modèle d'affaires	10
KIABI dans le monde	11
Matrice de double matérialité	13

## 02

### Agir pour l'environnement

Enjeux et indicateurs	16
Agir avec justesse en identifiant nos impacts	18
Réorienter nos choix matières	25
Co-construire et innover avec nos fournisseurs	28
Construire un modèle de consommation et de distribution plus circulaire	33

## 03

### S'engager socialement pour toutes et tous

Enjeux et indicateurs	41
Encourager le potentiel de chacun	43
Favoriser l'égalité des chances et l'inclusion	45
Améliorer les conditions de travail	50
Notre responsabilité humaine chez nos fournisseurs	52

## 04

### Gouvernance et création de valeur

Pour une performance durable	56
Nos enjeux éthiques et conformité	62
Agir pour et avec nos clients	67
Bâtir des liens avec les territoires	69
Agir dans un écosystème ouvert	70

### 05 Annexes

71

### 06 Méthodologie et définitions

91



# Enjeux et stratégies

- 1 Notre Vision 2035
- 2 40 ans de mode à petits prix
- 3 Acts for a better world
- 4 Notre modèle d'affaires
- 5 KIABI dans le monde
- 6 Matrice de double matérialité

01

# KIABI en 2023

## Environnement

**2,1 M**  $\text{TeqCO}_2$

soit **-6 % de réduction des émissions équivalent  $\text{CO}_2$**  en valeur absolue (par rapport à 2022)

**6%**

de quantités de produits textiles achetés en niveau 1+2 d'éco-conception (le plus haut niveau étant le niveau 5)

**0,5%**

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

**98 975 m<sup>3</sup>**

d'eau consommés sur nos propres sites

## Social

**55%**

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

**46%**

de collaborateurs de KIABI formés pour développement de compétences

**74%**

des collaborateurs estiment que KIABI est **une entreprise où il fait bon travailler**

(Trust Index® Great Place to Work®)

**273**

personnes entrées en **insertion professionnelle** depuis 2020

## Gouvernance

**64%**

de collaborateurs actionnaires

**36%**

de femmes **leaders dirigeantes**

**0,3%**

de volume d'affaires durable

**84%**

Taux conformité **cybersécurité**

**70**

**Net Promoter Score** clients

## Économique

**2,2 MDS**

de chiffre d'affaires (euros)

**+1%**

par rapport à 2022

**22,3 M**

de clients

**293 M**

de pièces vendues

# Une Vision 2035 enrichie

**Avec l'écriture de la Vision 2035 et d'une nouvelle promesse de marque à l'aune des enjeux environnementaux et sociétaux, 2023 aura été une année charnière pour KIABI. Cet exercice de fond a permis d'identifier les transformations nécessaires à adresser, et d'engager l'ensemble des équipes à avancer dès 2024 dans la concrétisation de cette Vision ambitieuse.**

## Une capacité à questionner nos modèles

En 2023 plus que jamais, nous avons été témoins de la multiplicité des crises auxquelles nous devons faire face : année la plus chaude jamais enregistrée par l'Observatoire du climat Copernicus, 2023 a également connu un contexte géopolitique instable et tendu, une inflation galopante aux répercussions sociales importantes. Dans les deux ans, le World Economic Forum\* identifie, parmi les trois principaux risques mondiaux, **la désinformation, les événements météorologiques extrêmes**

### et la polarisation des sociétés.

Ce contexte mondial, en accélération sur les problématiques environnementales et sociales, nous avait conduit, dès 2022, à former notre comité de direction aux enjeux environnementaux et sociétaux à travers le programme CAP 1.5, une réplique de la Convention des Entreprises pour le Climat adaptée aux entreprises de l'Association Familiale Mulliez (AFM) par Acts&Facts. En complément, les données de nos bilans carbone, eau et sols 2022 nous ont permis de visualiser clairement nos impacts et de nourrir plus précisément notre prise de conscience.

L'ensemble de ces réflexions nous a conduits à un constat sans appel : en poursuivant sur un modèle de production et de commercialisation à l'identique, notre impact environnemental continuerait à croître

et nous ne pourrions être à la hauteur des enjeux et limites planétaires. C'est pourquoi notre comité de direction a décidé d'écrire, en 2023, une Vision enrichie à horizon 2035, pour faire évoluer notre modèle d'affaires et notre offre, en intégrant les limites planétaires et le plancher social. En alignement avec ce travail, nous avons adapté notre promesse de marque : « *Faciliter la vie des*

*familles en rendant accessible un mode de vie durable au quotidien.* » Cette Vision a été partagée aux collaboratrices et collaborateurs de KIABI en novembre 2023 afin d'impulser les transformations à venir dans toute l'entreprise.

\*Global Risk Report 2024

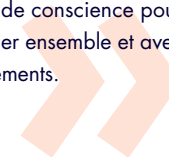


**Fabrice Obenans,**  
leader marque et clients.  
**KIABI**

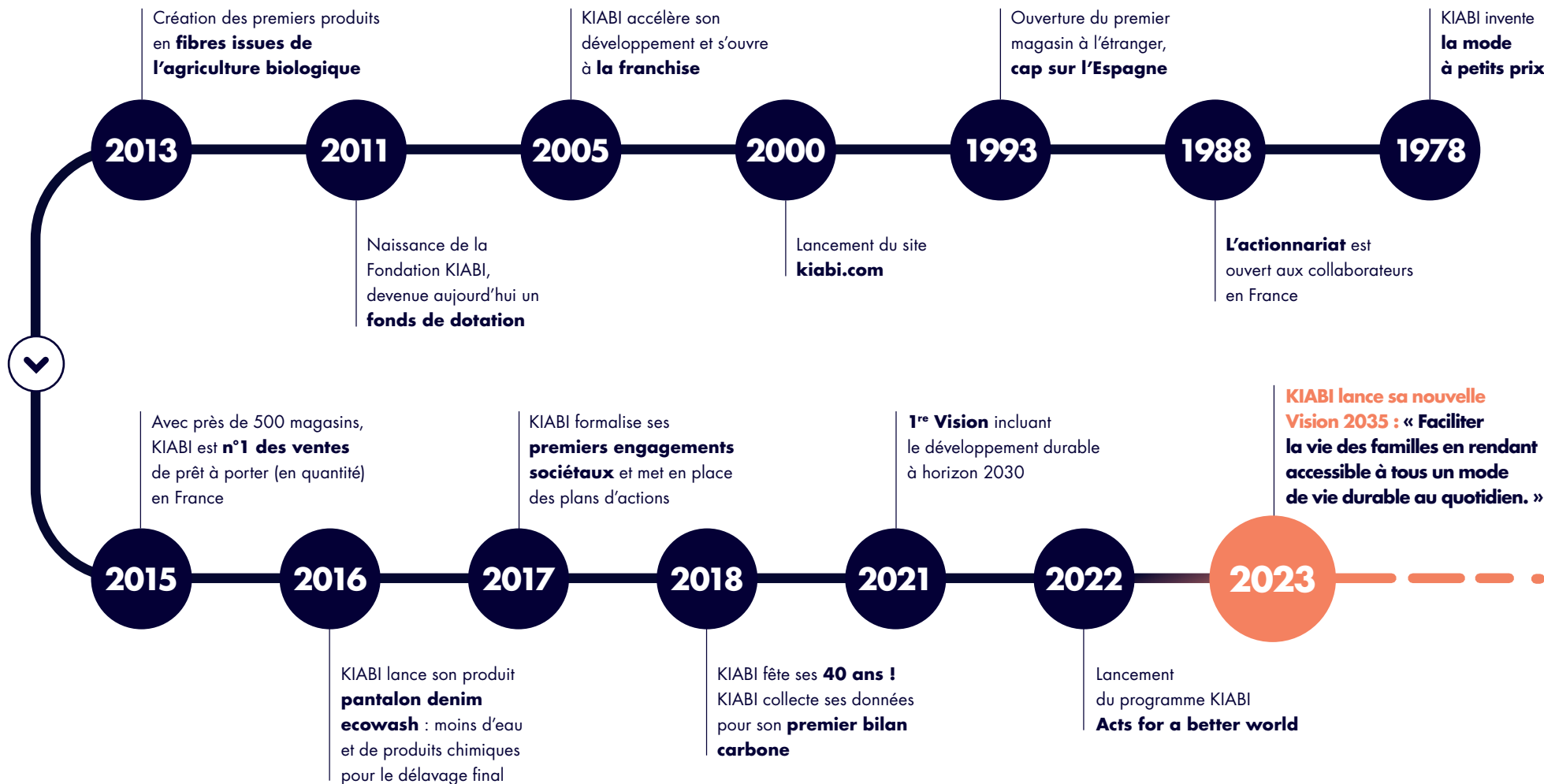
## « Complice des familles dans les transformations que nous vivons. »

« Historiquement, KIABI a une mission et une priorité : s'engager toujours plus pour les familles, en leur permettant de s'équiper avec le meilleur produit et le meilleur rapport qualité-prix. C'est historique et ça le restera. Fort de notre responsabilité en tant qu'acteur majeur de la mode en Europe, l'idée est d'aller plus loin dans cette relation, en accompagnant les familles dans l'ensemble de leur mode de vie et des changements qu'elles connaissent avec de nouvelles

solutions et de nouveaux services. À travers notre nouvelle promesse de marque « **Faciliter la vie des familles en rendant accessible à tous un mode de vie durable au quotidien** », nous voulons partager notre prise de conscience pour accompagner, sensibiliser, aller ensemble et avec enthousiasme vers ces changements.



# 40 ans de mode à petits prix







# 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

- 9 049 Kiabers dont 81 % de femmes
- 80 % des Kiabers en Contrat à Durée Indéterminée
- 4 % de Kiabers en situation de handicap

### Des équipes dédiées au développement de nos produits

- 246 Kiabers aux collections et 289 dans nos bureaux d'achats de Chine, Bangladesh, Inde et Turquie

### Un écosystème au service de notre mission

- 195 fournisseurs marchands pour 590 usines d'assemblage
- 1 209 audits sociaux réalisés et 168 audits environnementaux
- 3 entrepôts marchands et un non marchand en Europe
- 601 points de contact (dont 245 en partenariat)
- 89 partenaires franchisés et affiliés
- 316 points de contact 2<sup>de</sup> main
- 1 market place en France

### Des liens avec nos communautés

- 22,3 millions de clients
- 24 Petits Magasins en coopération avec 14 associations d'insertion professionnelle

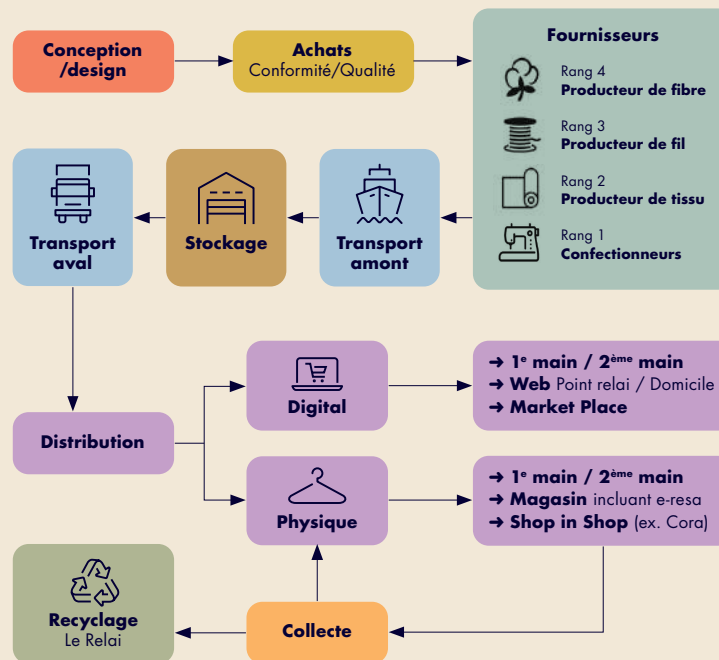
### Une structure financière

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

### Une foncière pour réenchanter des lieux de commerce et de vie

- Une équipe de 30 personnes
- 100 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

- 74 % des Kiabers satisfaits (trust index GPTW)
- 46 % de Kiabers formés pour développement de compétences
- 36 % de femmes aux postes de leaders
- 27 % de résultats partagés aux collaborateurs
- 64 % de Kiabers actionnaires

### Pour réduire nos impacts environnementaux

- 2,1 millions de tonnes équivalent CO<sub>2</sub> soit -6 % vs 2022
- 98 975 m<sup>3</sup> d'eau consommés sur nos propres sites
- 6 % d'éco-conception de niveau 1+2
- 1,5 millions de pièces vendues en seconde main
- 0,5 % d'articles de seconde main dans nos produits vendus

### Pour nos partenaires

- 55 % d'usines auditées et évaluées au plus haut niveau de performance de conformité aux standards sociaux internationaux et réglementaires
- 71 % d'usines auditées et évaluées au plus haut niveau de performance de conformité aux standards environnementaux internationaux et réglementaires
- 74 % du chiffre d'affaires réalisés dans nos propres magasins (hors franchises et affiliations)

### Pour les familles et nos clients

- Un NPS clients de 70
- 185 752 familles bénéficiaires des boutiques solidaires
- 273 entrées en insertion professionnelle depuis 2020

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

- Une valeur de part en hausse de +42 % en 5 ans avec une moyenne de +8 % par an
- +1 % de chiffre d'affaires hors taxes soit 2,2 milliards d'euros
- 43 millions d'euros de valeurs locatives
- 3 millions d'euros investis dans la rénovation de sites existants
- Taux de sécurité informatique de 84 %

# KIABI dans le monde



**9049**  
collaboratrices et collaborateurs



**620**  
points de contact



**195 89**  
fournisseurs marchands  
franchisés & affiliés



**34 22 30**  
pays  
pays de production  
territoires de vente



# L'analyse de matérialité

**L'analyse de double matérialité permet d'identifier nos impacts, risques et opportunités en termes environnementaux, sociaux et financiers. Pour se préparer à la future réglementation sur le reporting extra-financier, KIABI, a réalisé sa première analyse en double matérialité en 2023.**

## Identifier nos responsabilités

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. Réalisé avec un partenaire externe, ce travail est basé sur une méthodologie robuste qui se décline en trois étapes :

→ **L'identification** des enjeux environnementaux et sociaux potentiels, sur base de la Vision 2035, de notre analyse des risques réalisée en 2020 dans le cadre de notre plan de vigilance, de l'analyse de simple matérialité réalisée en 2020 et d'un benchmark des enjeux de durabilité sur un panel de dix entreprises,

→ **La consultation** d'une cinquantaine de parties prenantes internes et externes, faisant émerger 25

risques et opportunités potentiellement stratégiques et matériels pour Kiabi,

→ **La réalisation** d'un dernier atelier avec le comité de direction retenant 16 enjeux les plus matériels et 9 enjeux les moins matériels parmi les 25 identifiés, scellant notre analyse de double matérialité finale.

→ **La validation** par le conseil d'administration.

2023 est une année de transition de notre déclaration de performance extra-financière. En anticipation des futures exigences de reporting, nous avons décidé, dès cet exercice de déclaration 2023, d'aller au-delà d'une analyse simple de matérialité qui établit l'impact des activités de l'entreprise sur l'environnement, la gouvernance et les questions sociales et de mener une analyse en double matérialité. Nous avons donc mené une analyse en double matérialité qui établit l'impact des risques et des opportunités lié à l'environnement, la gouvernance et les questions sociales pour l'entreprise en termes financiers, et

## En route vers la CSRD

La Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) est une **directive européenne visant à harmoniser les rapports de durabilité des entreprises** et à y introduire plus de transparence. La CSRD s'appuie sur l'analyse de double matérialité, qui reconnaît la responsabilité des entreprises envers la société et l'environnement, en

plus de leur rentabilité financière. Bien que KIABI ne soit éligible à cette directive qu'à partir de l'exercice 2025, nous avons décidé dès 2023 de la réaliser afin d'affiner l'identification des enjeux environnementaux et sociaux clés qui avaient préalablement nourris notre Vision 2035, tout en nous préparant aux nouvelles exigences de la CSRD.



réciproquement ce que notre activité fait peser comme risques et opportunité sur l'environnement, la gouvernance et les questions sociales. Cette analyse en double matérialité a confirmé que les risques extra-financiers initiaux que nous suivions font partie

de cette nouvelle analyse et donc couverts dans notre reporting. En revanche, elle a fait émerger de nouveaux enjeux pour lesquels nous n'avons à date pas encore établi de politique ou d'indicateurs de performance. Ce travail sera mené en 2024.

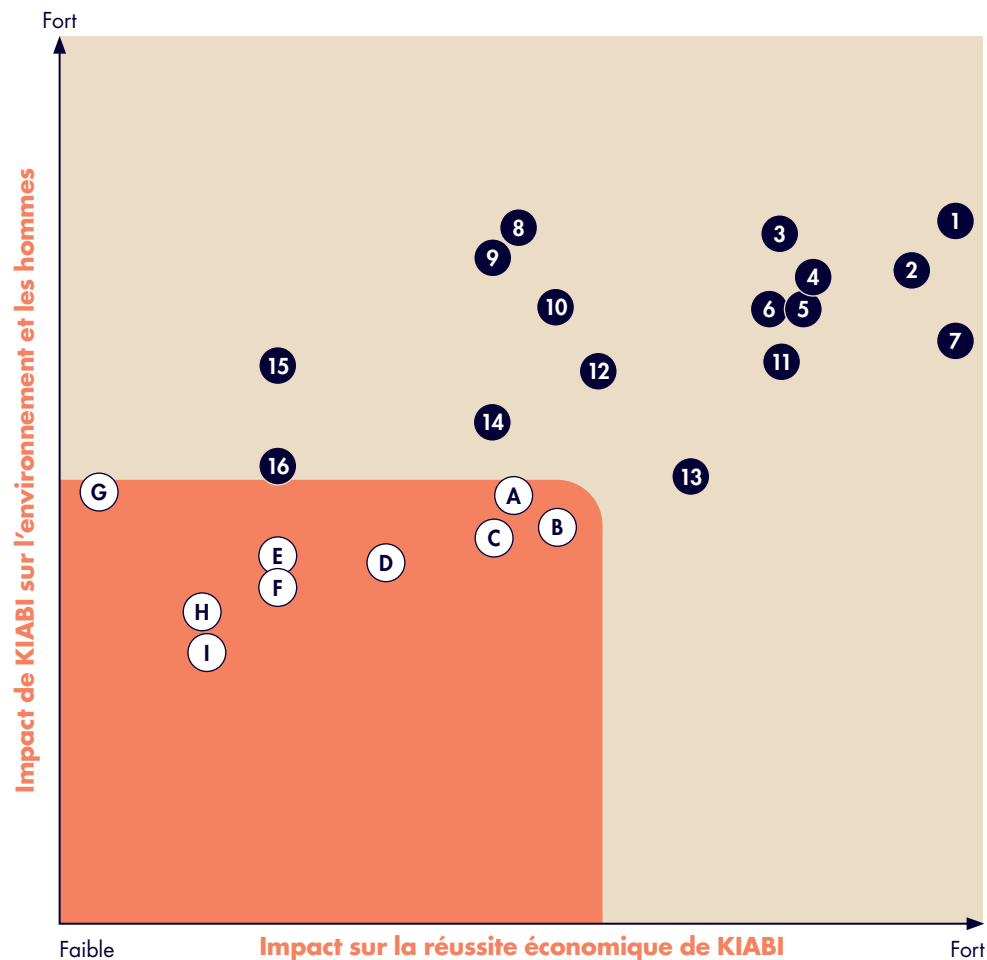
# Matrice de double matérialité - Groupe KIABI

## Nos 16 enjeux matériels retenus

- |  |  |
|--|--|
| 1 Offre de produits accessibles        | 9 Pollution eau                            |
| 2 Réduction réutilisation et recyclage | 10 Erosion biodiversité                    |
| 3 Changement climatique                | 11 Sécurité informatique                   |
| 4 Accès aux matières premières         | 12 Durabilité des produits                 |
| 5 Traçabilité                          | 13 Gestion des compétences et attractivité |
| 6 Conditions de travail                | 14 Pollution des sols                      |
| 7 Transformation du modèle             | 15 Utilisation des sols                    |
| 8 Consommation d'eau                   | 16 Égalité & inclusion                     |

## Nos 9 enjeux matériels potentiels non retenus

- |  |  |
|--|--|
| A Gestion des déchets                              | E Qualité de vie au travail            |
| B Juste répartition de la valeur créée             | F Santé et sécurité des collaborateurs |
| C Postures éthiques et respect des réglementations | G Juste transparence                   |
| D Insertion de nos activités sur nos territoires   | H Marketing responsable                |
|  | I Qualité & conformité                 |



## → Environnement

### % de réduction de nos émissions de CO<sub>2</sub>

Calcul des émissions de gaz à effet de serre, en valeur absolue, par rapport à 2022, sur base du GHG protocol.

**Enjeu 3**

### Réduction de l'occupation des sols

Calcul de la surface, en hectares, des sols nécessaires à nos activités (par rapport à 2022), impacts liés à leur dégradation et à l'érosion de la biodiversité.

**Enjeux 10 15**

### Réduction de la consommation d'eau

Calcul de la consommation d'eau sur toute notre chaîne de valeur par rapport à 2022.

**Enjeu 8**

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

Accélérer le déploiement de notre offre de seconde main pour amorcer une décarbonation de notre modèle d'affaires.

**Enjeux 2 3 7**

### Part de produits achetés en niveaux 1+2+3 d'éco-conception

Agir là où nos impacts sont les plus importants, à savoir la conception de produits neufs.

**Enjeux 3 4 5 12**

### Pollution des eaux et des sols

ainsi que leur dégradation et l'érosion de la biodiversité (indicateur en cours de définition).

**Enjeux 9 10 14**

## Nos indicateurs

Afin de considérer les enjeux matériels relevés dans notre analyse de double matérialité, nous avons défini pour KIABI **16 indicateurs environnementaux, sociaux et de gouvernance**.

## → Social

### Part d'usines auditées sur les critères sociaux

Assurer des conditions de travail conformes à nos exigences chez nos fournisseurs de rangs 1 et 2 pour le textile, accessoires et chaussures ITFAS.

**Enjeu 6**

### Part de collaborateurs formés pour développement de compétences

Permettre le développement des compétences de nos collaborateurs dans un monde en changement.

**Enjeu 13**

### Trust Index® Great Place to Work®

Mesurer et animer le bien-être au travail de nos collaborateurs.

**Enjeux 6 13 16**

### Nombre de personnes entrées en insertion professionnelle (depuis 2020)

Être acteur de l'emploi et de l'inclusion pour tous.

**Enjeu 16**

## → Gouvernance

### Part de collaborateurs actionnaires

Assurer le partage de la valeur créée ensemble.

**Enjeu 16**

### Part de femmes leaders-dirigeantes

Atteindre l'équité dans les postes à responsabilité.

**Enjeu 16**

### Net Promoter Score clients (NPS)

Satisfaire les attentes de nos clients.

**Enjeu 1**

### Volume d'affaires durable

Offre de seconde main, location, réparation et éco-conception de niveaux 1+2+3.

**Enjeu 7**

### Niveau de sécurité informatique

Créer les conditions de sécurité de nos systèmes d'information, protéger nos données et celles de nos clients. Indicateur défini par l'agence de notation BITSIGHT.

**Enjeu 11**



# Agir pour l'environnement

- 1 Enjeux et indicateurs
- 2 Agir avec justesse en identifiant nos impacts
- 3 Réorienter nos choix matières
- 4 Co-construire et innover avec nos fournisseurs
- 5 Construire un modèle de consommation et de distribution plus circulaire

# 1. Enjeux et indicateurs

Dans les 20 dernières années, la production mondiale de fibres textiles a presque doublé : de 58 millions de tonnes en 2000, elle est passée à 116 millions de tonnes en 2022 et devrait atteindre les 147 millions en 2030\*, générant des impacts sur le changement climatique, sur la ressource en eau et sur la biodiversité. Ce sont à ces enjeux mondiaux et globaux que nous devons répondre, en faisant évoluer nos activités et modèle d'affaires.

## Nos enjeux

- 1 Mener un travail de fond sur les **matières premières**, leur culture, leur traçabilité.
- 2 Déployer, en collaboration avec nos fournisseurs, des procédés industriels qui intègrent les **énergies renouvelables** ou la réduction de l'utilisation des ressources en eau.
- 3 Développer avec nos partenaires, nos collaborateurs et les familles, des modes de **distribution** et de **consommation** plus circulaires.

## Performances 2023



**2,1 M** TeqCO<sub>2</sub>  
soit -6% de réduction  
des émissions équivalent CO<sub>2</sub> en  
valeur absolue (par rapport à 2022)



**98 975 m<sup>3</sup>**  
d'eau consommés  
sur nos propres sites



**0,5%** de produits  
de seconde main dans  
l'ensemble des articles  
vendus par KIABI



**6%** de quantités  
de produits textiles achetés  
en niveau 1+2 d'éco-conception\*\*  
(le plus haut niveau étant le niveau 5)

## Faits marquants

- **314 magasins KIABI**, en France, Espagne, Belgique, Portugal et Italie, proposent **une offre de seconde vie**.
- **Le lancement du projet pilote ODISHA** en Inde, avec notre partenaire Reforest'Action et Organic Cotton Accelerator, afin de tester un modèle d'agriculture régénérative dans la chaîne de valeur de KIABI.
- Notre accélération dans l'utilisation de **matières premières recyclées**, passant de 5 % de nos tonnages de produits finis en 2022 à 10 %.
- **La certification de KIABI par Ecocert Greenlife 271316** sur les référentiels Organic Content Standard (OCS), Global Organic Textile Standard (GOTS), Recycled Claim Standard (RCS) et Global Recycled Standard (GRS).
- **La nouvelle démarche d'éco-conception de KIABI**, sur cinq niveaux, couvrant tout le cycle de vie du produit.

\*Materials Market Report, Textile Exchange, décembre 2023

\*\*Voir page 22 pour notre définition des différents niveaux d'éco-conception.



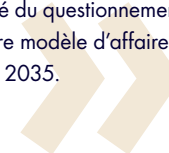


**Camille Caron,**  
leader développement durable.  
**KIABI**

## « Faire bouger le système de production et de consommation dans la mode. »

« Notre positionnement d'acteur majeur de la mode pour les familles nous donne la responsabilité et la capacité de faire évoluer le système. L'un de nos grands enjeux consiste à **produire autrement**, en développant notre démarche d'éco-conception, en utilisant des matières recyclées ou en concevant des produits qui durent plus longtemps. Nous devons aussi être un partenaire pour **accompagner les familles** dans leur rapport à la consommation d'articles de mode, en développant par exemple une approche par besoin. Sur tous ces sujets, notre stratégie est toujours de poser un diagnostic pour

comprendre là où nous devons agir, puis d'animer un cap et des objectifs basés sur la science. Notre bilan carbone et notre bilan biodiversité, axé sur l'eau et les sols, nous ont ainsi permis de prendre conscience que nous devons agir sur les matières et sur les procédés de fabrication au sein des usines, en complément d'une offre plus circulaire. Ce travail de diagnostic environnemental s'est fait en cohérence et dans la continuité du questionnement autour de la durabilité de notre modèle d'affaires, qui nous a amenés à la Vision 2035.



## 2. Agir avec justesse en identifiant nos impacts

**Les impacts environnementaux de l'industrie de la mode, et des activités nécessaires à nos métiers sont larges. Ils se traduisent en termes d'émissions de gaz à effet de serre (contribuant au changement climatique), de pollutions (au niveau des champs de production de fibres, des usines, ou par le rejet de microparticules de plastique), et de pressions sur la biodiversité. La réalisation d'un bilan carbone annuel nous permet de prendre conscience des sources d'émissions de gaz à effet de serre les plus importantes et de notre responsabilité sur la question du changement climatique. Ces analyses nous permettent ainsi de définir les stratégies prioritaires à adresser, d'animer des objectifs et trajectoires à moyen terme.**

### Comprendre notre bilan carbone

En 2023, nous avons fait évoluer la méthodologie de calcul de notre bilan carbone, sur trois types de données :

→ Une évolution de la méthodologie de calcul liée

aux **déplacements**, suite à un sondage clients et à une étude de nos données internes pour mieux comprendre leurs déplacements.

→ Une évolution de la méthodologie de calcul de **l'impact de nos produits** sur quelques facteurs d'émissions.

→ Les conditions d'utilisation de la méthode **Product Environmental Footprint (PEF)** notamment sur les hypothèses de lavage, séchage et repassage (vs

nos consignes d'entretien en N-1).

→ La méthode pour attribuer le poids moyen au produit a été affinée pour pondérer aux achats par taille.

Ces deux dernières évolutions nous permettent d'être plus alignés avec le calcul de l'affichage environnemental. Nous avons ainsi recalculé notre bilan 2022 en intégrant les écarts induits par cette nouvelle méthodologie, pour un résultat de 2,2 millions de tonnes équivalent CO<sub>2</sub> émises en 2022. Notre bilan 2023 fait apparaître une baisse de 6 % par rapport à 2022, pour un total de 2,1 millions de tonnes équivalent CO<sub>2</sub>.

Cette évolution s'explique par :

→ Une **baisse des volumes** de produits achetés et vendus par KIABI en 2023. Les quantités achetées en 2022 ont en effet permis d'assurer une partie

des besoins de 2023. Ce facteur représente environ 4 % de la diminution de nos émissions de CO<sub>2</sub> sur le bilan 2023.

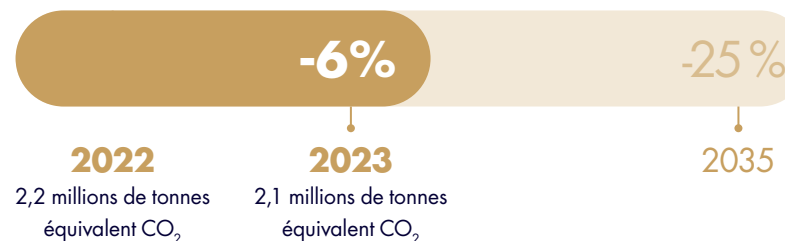
→ Les résultats de nos actions dans **le choix des matières premières**, (qui représentent une baisse de 2 % de nos émissions) avec une accélération dans l'utilisation des matières recyclées (coton et polyester).

En **intensité carbone** au kg de produits achetés, nous obtenons 29,7 kgs eq CO<sub>2</sub> (par rapport à 30,3 kgs eq CO<sub>2</sub> en 2022\*), soit -2,5%.

\*Sur base des résultats 2022 recalculés avec les méthodologies 2023

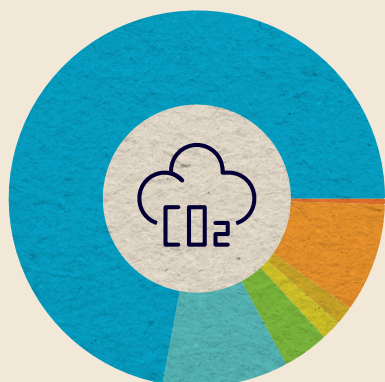
### Performance 2023

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



## La répartition de nos émissions de CO<sub>2</sub>

→ 2,1 millions de tonnes équivalent CO<sub>2</sub>



- Produits : **72,8 %**
- Déplacements visiteurs : **10,9 %**
- Autres : **9,5 %**
- Utilisation des produits : **4 %**
- Transport : **1,7 %**
- Fin de vie des produits : **1,6 %**
- Scope 1 et 2 : **0,5 %**

## Identifier nos impacts sur l'eau et l'occupation des sols

Nos impacts ne se réduisent pas à nos émissions de gaz à effet de serre. Les différentes activités nécessaires à l'industrie de la mode ont également des impacts importants sur la ressource eau et l'occupation des sols. Nous savons que la culture





du coton est une culture très consommatrice en eau. Or les pays dans lesquels il est cultivé sont aujourd'hui soumis à un fort risque hydrique. Nous savons également qu'une majeure partie des régions du monde productrice de coton vont connaître des baisses de productivité de leurs cultures en raisons du dérèglement climatique.

Pour adresser ces enjeux, **nous avons réalisé un bilan eau et taux d'occupation des sols en 2022**. Notre consommation d'eau était alors de 190 millions de mètres cubes, et notre taux d'occupation des sols de 91 000 hectares. Nous avons également défini des trajectoires de réduction à horizon 2035 : -40 % de consommation d'eau et

-5 % d'occupation des sols (par rapport à 2022). En 2023 nous avons travaillé un bilan eau uniquement sur nos propres sites. Notre objectif est de répondre à l'urgence de ces enjeux en intégrant dès 2024 un outil nous permettant de réaliser un bilan eau

et sols, à l'image de notre bilan carbone, avec une méthodologie intégrant l'impact de nos fournisseurs. Nous pourrions ainsi mettre en place des actions de préservation de ces ressources.

## Les impacts environnementaux dans l'industrie textile :

	 Changement climatique	 Occupation des sols	 Quantité d'eau	 Qualité de l'eau
Production de fibres	+++	+++	+++	+++
Filage	+++	+	++	++
Tissage	+++	+	++	++
Dé lavage et teinture	+++	+	+++	+++
Assemblage	++	+	+	+

2

Agir avec justesse en identifiant nos impacts

## Nos principaux leviers d'action

Parce qu'en 2023, 72,8 % des émissions de CO<sub>2</sub> et 90 % de la consommation d'eau de KIABI sont issus de la fabrication de produits neufs, c'est à la source, dès la conception, que nous devons agir. Cela nécessite de repenser notre approche, depuis le choix des matières premières jusqu'à la fin de vie des produits.

Nous nous sommes ainsi mis en mouvement autour de **trois dynamiques convergentes** :

- Agir sur le choix de nos **matières premières**.
- **Réduire les impacts environnementaux** des usines de nos fournisseurs.
- **Allonger la durée de vie des produits** à travers des modes de commerce orientés vers **l'usage et la seconde main**.

Pour répondre à ces principaux enjeux, nous avons structuré de façon plus robuste et détaillée notre démarche d'éco-conception et travaillons sur la traçabilité de nos données environnementales.

## Structurer notre démarche d'éco-conception

En 2023, nous avons fait progresser notre approche de l'éco-conception à travers :

- L'écriture d'une **nouvelle approche d'éco-conception sur cinq niveaux**, couvrant tout le

cycle de vie du produit (voir page suivante).

→ La création d'un **comité éco-conception**. Réuni tous les deux mois, il permet d'aligner l'ensemble des acteurs internes sur les enjeux et priorités.

→ La définition de **nouveaux objectifs sur les accessoires et la chaussure**, en complément des objectifs déjà fixés sur le textile.

→ La création d'une **fresque du textile en interne**, qui a permis de former plus de 200 collaborateurs et collaboratrices aux enjeux de l'éco-conception et d'intégrer cette approche dans leur métier.

→ **Sept ateliers « Design for the future »** qui ont réuni fournisseurs, acheteurs, concepteurs pour accélérer la démarche de durabilité, de réduction d'impact environnemental et d'optimisation des coûts sur sept typologies de produits icôniques de KIABI : la doudoune, le chino, le denim, le legging, le body bébé, le tee-shirt et le molleton.



## Performance 2023

Part de nos articles textiles achetés pour nos collections Été/Hiver 2023 atteignant un niveau d'éco-conception 1+2\* :

6%

2023

15%

2024

100%

2025

## Les défis à relever

- Développer des outils de **calcul de réduction d'impacts**.
- Développer la **formation à l'éco-conception** auprès de nos collaborateurs.

\*Voir page 22 pour notre définition des différents niveaux d'éco-conception.



**Céline Monot,**  
eco-developper.  
**KIABI**

## « Une nouvelle approche de l'éco-conception. »

« En 2023, nous avons eu la volonté d'aller plus loin dans notre approche de l'éco-conception. Jusqu'à présent, nous prenions en compte essentiellement le travail autour des matières premières comme le coton issu de l'agriculture biologique ou le coton recyclé. Nous avons donc travaillé de manière collective avec des merchandisers, des acheteurs, des fournisseurs, des relais dans nos différents pays... à l'écriture d'un **nouveau cadre d'éco-conception sur cinq niveaux**. C'est une démarche de conception multi-étapes, qui couvre tout le cycle de vie du produit. Cette approche est également multi-critères, avec des actions d'éco-conception permettant de baisser nos impacts

en termes d'émissions de CO<sub>2</sub>, de consommation d'eau et/ou d'occupation des sols. Nous avons ainsi défini cinq niveaux, qui correspondent à des actions pouvant être travaillées de manière indépendante les unes des autres, et qui couvrent les enjeux des matières premières (niveau 1), des procédés industriels (niveau 2), de l'impact environnemental de nos fournisseurs de tiers 1 (niveau 3), de nos fournisseurs de rangs 2 et 3 (niveau 4) ainsi que l'usage et la fin de vie des produits (niveau 5). Ce cadre sera appliqué par nos équipes de conception à partir de 2024 pour développer les collections Été 2025.



## Les 5 niveaux d'éco-conception de KIABI

1



### MATIÈRES PREMIÈRES



Utilisation d'un **minimum de matières** à impact environnemental réduit (voir p.24 pour la liste des matières).

2



### PROCÉDÉS INDUSTRIELS



Recours à des procédés industriels **moins énergivores, moins consommateurs d'eau ou moins impactants** sur l'environnement (voir p.28 pour la liste des procédés industriels).

3



### ANIMATION DES FOURNISSEURS



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



Animation des fournisseurs de **rangs 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**.

## Assurer la traçabilité de nos données environnementales

La maîtrise de données environnementales de qualité est indispensable à la mise en œuvre de nos stratégies : elle permet non seulement de **calculer** avec justesse nos impacts, **d'agir** de manière éclairée dans les choix de conception et aussi de **rendre accessibles** aux familles des informations sur les impacts environnementaux de nos produits. L'un des enjeux majeurs en termes de traçabilité, c'est la collecte de données chez les différents fournisseurs de KIABI, à tous les étages de la fabrication des produits, depuis le champ de coton jusqu'à l'usine de confection. La complexité est de collecter ces informations à travers des procédés d'achats variés, une chaîne d'approvisionnement complexe et un panel de fournisseurs repartis sur différents rangs.

Afin d'adresser cette responsabilité, nous avons poursuivi en 2023 une phase d'audit sur **dix outils de traçabilité**. L'enjeu en 2024 est de tester l'un de ces outils pour améliorer la traçabilité des produits textiles, de la chaussure et dans un second temps du packaging.

En complément, en 2023, nous avons déployé des formations afin d'acculturer nos équipes de merchandiseurs, et assistantes chefs de produit aux certifications matières des standards GOTS et Textile Exchange. En parallèle, nous avons partagé à nos

fournisseurs nos objectifs de certification ainsi que leur responsabilité à renseigner nos outils avec les informations et documents justes.

## Connaître l'origine de nos fibres et matières

Représentant 59 % des tonnages de matières premières de produits finis utilisées par KIABI, la traçabilité du coton retient toute notre attention : nous cherchons à nous assurer de leur origine et de leurs caractéristiques. En 2023, nous avons ainsi renouvelé notre partenariat avec **Oritain**, afin de déterminer l'origine géographique du coton que nous utilisons. Oritain a développé une méthode scientifique basée sur l'analyse biologique de la fibre de coton, permettant de déterminer sa zone de production.

En complément, KIABI a été la première entreprise européenne à signer en 2023 **l'US Trust Cotton Protocol**, un standard qui assure la traçabilité du coton issu des Etats-Unis sur toute la chaîne d'approvisionnement.



## Nos certifications en matière de traçabilité

En complément du travail mené avec nos fournisseurs, nous développons la certification des matières premières utilisées dans la fabrication de nos produits, à travers des standards internationaux intégrant la question de la traçabilité. En 2023, une partie des matières utilisées par KIABI ont ainsi 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)

## Le contexte réglementaire

2023 a marqué l'entrée en vigueur du décret 2022-748 de la **loi anti-gaspillage et économie circulaire (AGEC)** en France, qui a pour objectif de mieux informer le consommateur sur les caractéristiques environnementales des produits.

Dans le domaine du textile, cette réglementation impose notamment aux distributeurs **l'affichage, pour chaque produit, de la traçabilité géographique sur les trois grandes étapes de fabrication** : le tissage, la teinture et l'assemblage/ finition. Pour KIABI, ce contexte a été vécu comme une opportunité d'accélérer sur les enjeux de traçabilité, et a notamment constitué une étape importante dans la collecte et la formalisation des données de nos fournisseurs jusqu'au rang 2.

## Faits marquants

- Signature de l'US Trust Cotton Protocol, pour assurer la traçabilité du coton produit aux États-Unis.
- Renouvellement du partenariat avec Oritain, afin de déterminer l'origine géographique des fibres de coton.

## Les défis à relever

- Améliorer la **fiabilité de nos données environnementales produits** (provenance, matières, fournisseurs).
- Acculturer les **fournisseurs et nos équipes** aux enjeux de la traçabilité.





## 3. Réorienter nos choix matières

**Utilisées pour nos produits ou nos emballages, les matières premières comme le coton ou le pétrole représentent 21 % des émissions de gaz à effet de serre de KIABI. Nous portons donc une attention très particulière au choix de nos matières premières et à leur mode de production.**

### La répartition des fibres utilisées par KIABI\*\*\*

- Fibres naturelles : **65,5 %**
- Fibres synthétiques : **28,9 %**
- Fibres cellulosiques : **5,6 %**



\*\*\*Sur le poids de produits finis

\*Ces 21 % représentent les émissions liées à l'étape de récolte et travail de la fibre. Cela représente 31 % de la production des articles KIABI.  
 \*\*Les facteurs d'impact par kilo de produit fini mono-matière que nous prenons dans nos modélisations proviennent de la base de données ACV du PEF (EF database) et sont de 31 kg équivalent CO<sub>2</sub> par kilo de produit fini, 20 m<sup>2</sup> d'occupation des sols par kilo de produit fini et 5 m<sup>3</sup> d'eau par kilo de produit fini. Le coton biologique permet d'économiser 59 % de consommation d'eau par rapport au coton conventionnel, d'après l'étude Textile Exchange - Thinkstep - Life Cycle Assessment of Cotton Cultivation Systems.

## Les impacts du coton

Le coton représente à lui seul 59% des tonnages de matières premières de KIABI (sur base du poids des produits finis). C'est parce qu'il est consommateur d'eau et de pesticides\*\* lors de sa culture, et aussi de produits chimiques lors de sa transformation et de sa teinture, que **nous visons progressivement à supprimer le coton conventionnel** pour nous orienter vers des fibres comme le coton issu de l'agriculture biologique ou le coton recyclé.

## Développer une offre mondiale de fibres moins impactantes

Afin de développer nos approvisionnements de matières moins impactantes pour l'environnement, nous avons renouvelé en 2023 notre partenariat avec **Organic Cotton Accelerator (OCA)**. Cette organisation accompagne les approvisionnements de KIABI en coton issu de l'agriculture biologique : en 2023, cela représentait 7000 tonnes de coton (contre 2000 l'année précédente) soit environ 17 % de nos besoins en coton issu de l'agriculture biologique sur les collections Été 2025 et Hiver 2025. L'organisation OCA intègre également des fermes en transition vers l'agriculture biologique.

Ce partenariat nous permet donc de soutenir le développement de l'agriculture biologique et de son offre en fibres à travers le monde.

## Restaurer le vivant

Depuis 2020, KIABI avance aux côtés de Reforest'Action sur les enjeux de restauration du vivant. Reforest'Action accompagne en effet les acteurs économiques dans des stratégies de restauration des écosystèmes terrestres à grande échelle pour lutter contre le changement climatique et l'érosion de la biodiversité.

En Inde, premier producteur mondial de coton, KIABI et Reforest'Action ont ainsi lancé en 2023 le projet **Odisha**, un pilote pour développer un modèle d'agriculture régénérative dans la chaîne de valeur de KIABI. Ce sont ainsi **11 000 arbres qui ont été plantés sur 25 hectares par 80 producteurs de coton** avec l'objectif de :

- Générer des revenus additionnels aux producteurs par la vente de produits fruitiers.
  - Produire des biofertilisants ou biopesticides en utilisant les essences plantées.
  - Préserver le capital naturel des sols et de l'eau.
- Suite à ce premier pilote, nous avons décidé d'étendre le test avec Reforest'Action et Organic Cotton Accelerator (OCA). Dès 2024 nous allons ainsi coopérer avec plus de 22 000 fermiers sur 250 hectares pour déterminer une mesure d'impacts de ces nouvelles pratiques, issue de l'expérience de terrain.



## Nos fibres à impact environnemental réduit\*

- Fibres conventionnelles : **46 %** (45 % en 2022)
- Coton Better Cotton Initiative (BCI) : **31,3 %** (41,7 % en 2022)
- Polyester recyclé : **7,8 %** (3,8 % en 2022)
- Coton issu de l'agriculture biologique : **7,6 %** (6,7 % en 2022)
- Coton issu de fermes en conversion vers l'agriculture biologique : **2,4 %** (0,8 % en 2022)
- Coton recyclé : **2,4 %** (1,3 % en 2022)
- TENCEL™ Modal, TENCEL™ Lyocell et LENZING™ ECOVERO™ : **2,1 %** (0,3 % en 2022)
- Autres fibres moins impactantes (lin, chanvre, acrylique recyclé, polyamide recyclé, etc.) : **0,7 %** (0,4 % en 2022)

\*% calculé sur le poids du produit fini.

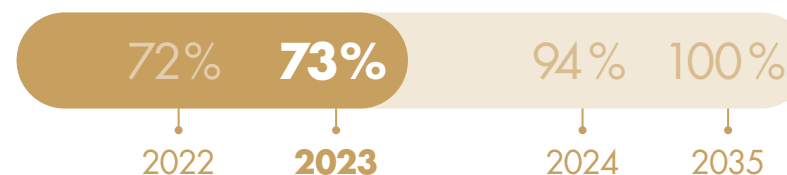
## Les évolutions dans l'utilisation des matières

En raison de la hausse des coûts des matières premières, et afin de maintenir l'accessibilité de nos prix, nous avons développé notre consommation du polyester, qui est passée de 20 % en 2022 à 24 % en 2023. Sur ces fibres synthétiques, nous agissons là aussi pour **réduire l'impact environnemental** : 32 % du polyester utilisés en 2023 étaient recyclés (contre 19 % en 2022). Notre objectif est d'atteindre les 100 % en 2035.

Toute production de matière première génère des effets sur l'environnement : utilisation d'eau pour le coton par exemple, appel à des ressources fossiles ou risque de générer des micro-plastiques pour le polyester... Aucune solution n'est hélas parfaite : nos choix font donc l'objet de nombreux questionnements. Dans un esprit d'amélioration continue, nous nous interrogeons en permanence sur l'équilibre entre la désirabilité de nos collections et la réduction de nos impacts, afin de trouver les meilleures solutions.

## Performance 2023

Part de nos articles textiles achetés pour nos collections  
Été/Hiver 2023 atteignant un niveau 1 d'éco-conception\*\* :



\*\*Voir p. 22 nos différents niveaux d'éco-conception.

## Vers le zéro plastique vierge pour nos emballages

Les emballages de nos produits représentent 0,15% de nos émissions. Nous menons là aussi des actions pour réduire leurs impacts en termes de déchets ou de pollution. Nous visons ainsi de **ne plus avoir recours à du plastique vierge à horizon 2025\***. Pour atteindre cet objectif, nous avons fait évoluer nos choix plastiques, **en privilégiant le plastique recyclé, le papier ou le carton.**

En 2023, c'est ainsi toute la gamme de sous-vêtements enfants qui est passée d'emballages plastiques à des emballages en kraft, afin d'être disponible en magasin pour les collections 2024.

Prochaine étape : proposer **des emballages kraft** pour les collections femmes en 2024.

En complément, pour réduire la quantité de matières



utilisées, nous testons l'optimisation de certains patrons d'emballages, afin d'éviter le gaspillage de matières lors de la phase de production.

### Faits marquants

→ **100% des emballages des sous-vêtements enfants ont été conçus en papier kraft en 2023** (pour les collections mises en vente en 2024).

\* Hors produits nécessitant une protection particulière tels que les collants et la lingerie.



## 4. Co-construire et innover avec nos fournisseurs

**Filature, tissage, teinture, traitement, confection... Les différents procédés de fabrication de nos produits représentent 51,5 % des émissions de gaz à effet de serre de KIABI. En lien avec nos fournisseurs à travers le monde, il est donc indispensable de réinventer avec eux une partie de ces techniques, en économisant les ressources en eau et en développant l'utilisation des énergies renouvelables.**

### Agir à toutes les étapes de la production

Nos fournisseurs sont nos partenaires clés. Forts d'une collaboration depuis en moyenne sept ans avec la plupart d'entre eux, nous avons bâti un terreau solide pour avancer ensemble dans la prise en compte des enjeux environnementaux. Ils sont détenteurs de solutions qu'ils nous partagent régulièrement. Les impacts environnementaux lors

de la phase de production nécessitent d'agir à différentes étapes, pour traiter aussi bien la question des approvisionnements en énergie que celle de la ressource en eau ou de la gestion des déchets. C'est pourquoi nous développons avec nos fournisseurs des procédés industriels qui répondent à différents objectifs :

- **Réduire les consommations d'eau, d'énergies** ou de **produits chimiques** au sein des usines où nous fabriquons nos produits.
- **Agir sur la durabilité** de nos produits, avec des technologies permettant de prolonger leur durée de vie.
- **Réduire les déchets**, avec par exemple des

### Initier des procédés industriels moins impactants

**L'Ecowash** : cette technique de délavage et pré-lavage, utilisée sur 95 % des denims KIABI, nous permet d'économiser en moyenne 20 % d'eau et 10 % d'énergie par rapport à un délavage conventionnel. La caractérisation Ecowash 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.

**L'Ecodye** : ce mode de teinture permet de réduire la consommation d'au moins 30 % sur l'eau, 10 % sur l'électricité et/ou 10 %

sur la vapeur d'eau. En conséquence, les émissions de CO<sub>2</sub> de ce procédé industriel sont réduites de 10 %. La teinture utilisée doit être certifiée OEKO-TEX standard 100®.

**Le non-teint** : aucun blanchisseur ni aucun colorant n'est utilisé dans le procédé.

**La technologie Tough Cotton™** : grâce à un apprêt appliqué sur l'étoffe, cette technologie permet de prolonger la durée de vie de nos produits en coton en renforçant la résistance à l'abrasion et à l'usure, ce qui réduit le besoin pour nos clients de les renouveler trop rapidement.

**Low waste** : optimisation de la conception pour une utilisation maximale du tissu et un minimum de déchets de coupe. Une conception conventionnelle génère entre 17 et 30 % de déchets de matières, la pratique du « low waste » permet de les réduire à 10 % ou moins.

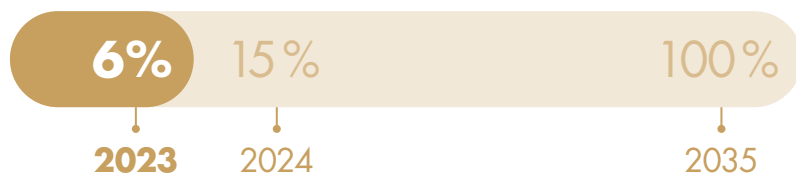
Nous étudions d'autres procédés industriels comme l'utilisation de colles à base d'eau.

patronages optimisés et conçus pour générer moins de chutes de matières premières lors de la phase de découpe.

\* Technologies Rainforest, E-Flow, G2 Ozone, Tonello Up System, Ramson RVM 520, H2Zero ou laser.

## Performance 2023

Part de nos articles textiles achetés pour nos collections  
Été/Hiver 2023 atteignant un niveau d'éco-conception 2\* :



## Aller plus loin sur le risque chimique avec OEKO-TEX®

La santé des familles qui utilisent nos produits est une priorité pour KIABI. C'est pourquoi nous nous alignons bien sûr sur les législations internationales cadrant l'utilisation de substances chimiques dans la fabrication de nos produits, comme la réglementation européenne REACH. Nous travaillons également avec l'ensemble de la filière textile/habillement au sein de l'AFIRM (Apparel and Footwear International RSL Management) à la mise à jour de la liste des substances restreintes (RSL).

L'objectif est d'aller encore plus loin sur ces enjeux de santé et d'impacts environnementaux : nous avons ainsi accéléré en 2023 la certification d'une

partie de nos produits par le label OEKO-TEX® STANDARD 100. Avec des exigences dépassant les réglementations en vigueur sur le risque chimique, ce label permet de faire vérifier la présence de substances dangereuses, par un tiers indépendant, sur tous les éléments d'un produit textile.

En 2023, c'est ainsi 33 % de notre offre bébé qui était labellisée OEKO-TEX® et 97 % de nos sous-vêtements bébés. « *Un des enjeux pour les années à venir est l'animation de nos fournisseurs sur ces sujets. C'est une démarche exigeante, qui nécessite une animation et des objectifs forts* », explique **Boubakar Bellahcene**, leader qualité pour KIABI.

\*Voir notre cadre d'éco-conception page 22.



## Faits marquants

- 0 rappel produit pour risque chimique.
- 97 % des sous-vêtements bébés labellisés OEKO-TEX® standard 100.

## Un nouvel outil d'animation de la performance environnementale

Nous menons des audits environnementaux de conformité au sein des usines de nos fournisseurs de rang 1, 2 et 3. Nous focalisons ces audits sur les sites les plus impactants\* sur l'environnement c'est-à-dire ceux ayant des procédés industriels dits humides. En 2023, 64 % des ces usines ont été auditées : 71 % d'entre elles sont évaluées A ou B (pour les rangs 1 et 2). En complément, nos équipes ont développé et testé en 2023 un nouvel outil d'animation des enjeux environnementaux lors de la phase de production. L'objectif ? Aller plus loin que les audits de conformité, et collecter des données sur les impacts de nos fournisseurs sur cinq critères : les émissions de gaz à effet de serre, l'eau, l'occupation des sols, la gestion de déchets et la certification. Cet outil interne, baptisé « **Green Manufacturing Assessment** », a pour but de fixer un score pour chaque fournisseur, et de les aider à progresser sur l'ensemble des enjeux. Il a été construit en interne, en s'appuyant notamment sur le standard de calcul de l'UNCC (United Nation Climate Change).

« Nous avons collecté les données de mai à novembre 2023, 95 % de nos fournisseurs de rang 1 y ont participé. Le but est de les aider à comprendre et intégrer les enjeux environnementaux en lien avec les limites planétaires », explique **Connie Wong**, en

charge de la conformité sociale et environnementale pour KIABI en Chine. « *Les premiers résultats nous confortent dans l'idée d'accélérer sur ces sujets* ».

\*Les procédé humides sont les étapes de transformation au cours de lesquelles le substrat textile est traité avec des colorants et/ou des produits chimiques, collectivement appelés « intrants » dans la terminologie GOTS. Cela comprend l'encollage, le désencollage, le prétraitement, la teinture, l'impression (y compris l'impression numérique), le finissage, la blanchisserie, etc. La fabrication de non-tissés, à l'aide de l'enchevêtrement hydraulique, est également une étape de traitement par voie humide.



## L'outil Green Manufacturing Assessment

Une approche d'animation de nos fournisseurs qui intègre cinq critères, en lien avec les objectifs KIABI sur les émissions de CO<sub>2</sub>, la consommation d'eau et l'occupation des sols :



### le changement climatique

Émissions de gaz à effet de serre, consommation énergétique.



### la consommation d'eau

Consommation des eaux de pluie, part de l'eau recyclée dans l'usine ou pour des usages domestiques.



### l'occupation des sols et la biodiversité

Impacts sur les eaux des mers, lacs ou rivière, part d'arbres plantés.



### la gestion des déchets

Volume de déchets, part de déchets recyclés et émissions de CO<sub>2</sub> liées au traitement de ces déchets.



### la certification

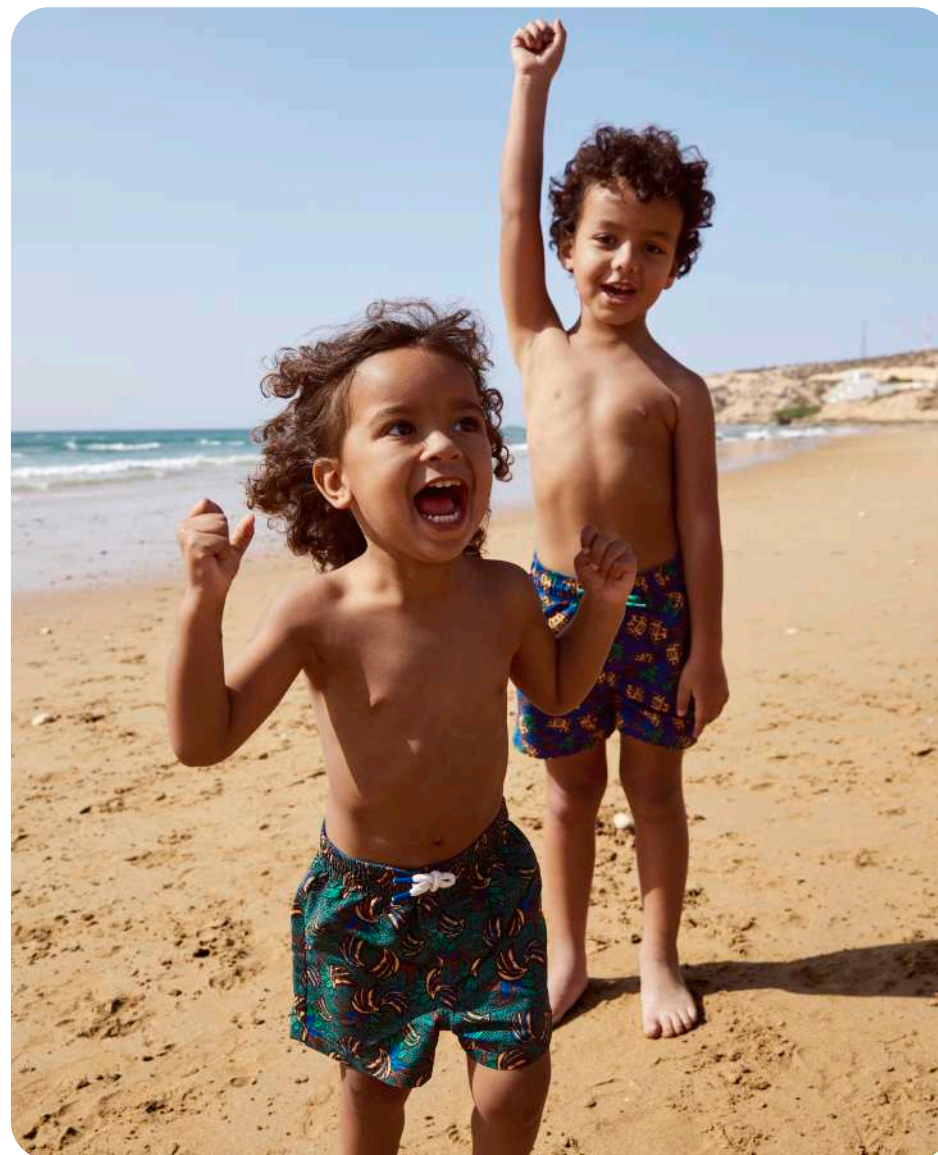
ISO 14001, Leadership in Energy and Environmental Design.

## Faits marquants

→ 95% de nos fournisseurs de rang 1 évalués via l'outil Green Manufacturing Process.

## Les défis à relever

→ L'animation et le soutien de nos fournisseurs dans le déploiement de procédés industriels moins impactants d'un point de vue environnemental.





**Caroline Joire,**  
country leader, bureau d'approvisionnement.  
**KIABI INDE**

## « Tester de nouvelles solutions avec nos fournisseurs. »

« Nos fournisseurs indiens représentent 15 % de l'approvisionnement global de KIABI. Notre rôle est l'achat, avec l'identification de fournisseurs qui pourront nous fournir les bons produits au bon moment. Nous assurons également, à travers des audits, la conformité de nos fournisseurs avec nos exigences environnementales et sociales. Notre objectif est aussi de travailler sur des projets communs et d'innover avec eux. Avec nos

fournisseurs indiens, nous avons par exemple testé des procédés industriels moins impactants sur l'environnement, en travaillant des sujets comme la fin de vie des produits.

Nous testons par exemple pour l'été 2025 **une gamme « cradle to cradle », ou un programme « zero virgin fiber », à base de déchets de bouteilles plastiques et de coton.**





# 5. Construire un modèle de distribution et de consommation plus circulaire

**En complément d'actions sur la conception de nos vêtements, c'est l'approche globale de distribution et commercialisation de nos produits que nous devons questionner.**

**Notre réflexion intègre les familles, que nous souhaitons engager dans notre démarche, en les accompagnant vers de nouveaux usages de consommation.**

## Décarboner nos transports

Depuis les usines de nos fournisseurs jusqu'aux lieux de vie des familles, en passant par nos magasins ou nos entrepôts, nos produits parcourent de nombreux kilomètres. À l'échelle de notre bilan carbone, cet impact est de 1,7 %. Nous menons depuis plusieurs

années une politique qui agit sur toutes les étapes de ce parcours. Nous avons tout d'abord drastiquement **réduit le recours à l'aérien**, qui ne représentait plus, en 2023, que 0,9 % des modes de transport que nous utilisons.

En complément, nous avons largement développé le **transport multimodal** par barge ou train, depuis les ports où arrivent les containers de nos produits jusqu'à nos entrepôts de Lauwin-Planque (Hauts de France) ou Madrid en Espagne : le multimodal amont

(entre le port et les entrepôts) représentait ainsi 30 % de nos transports en 2023, et le multimodal aval (entre nos entrepôts français et espagnol) 50 %. En complément, nous avons favorisé l'utilisation de **biocarburants** pour le transport en camions en France. Mais la route ne s'arrête pas là : un des

enjeux dans le domaine des transports reste la livraison du « dernier kilomètre ». C'est pourquoi nous avons testé en 2023, en région parisienne, l'utilisation du **vélo-cargo** pour distribuer 100 % de nos commandes web livrées à domicile.

### Faits marquants



0,9 % de nos produits transportés par voie aérienne (sur le transport amont).



50 % de transport multimodal (barge ou train) entre nos entrepôts de Lauwin-Planque (Hauts de France) et Barcelone.



25 % de camions utilisant des biocarburants pour la livraison de nos produits dans nos magasins en France.



Obtention du label FRET 21, KIABI a été la première entreprise à être chartée et labellisée en France.

### KIABI s'engage avec FRET 21

FRET 21 est un programme d'engagement initié par l'ADEME, l'AUTF (Association des Utilisateurs de Transport de Frêt) et le ministère de la transition écologique en France. Il a pour objectif d'inciter les entreprises agissant en qualité de donneurs d'ordres de transports à mieux intégrer et réduire l'impact de leurs transports. Chaque entreprise volontaire signe un accord avec l'ADEME dans lequel elle précise un objectif de réduction des émissions de CO<sub>2</sub> et s'engage à mettre des actions en place pour y parvenir. En 2023, KIABI est allé plus loin dans cette démarche en étant labélisé FRET 21, certifiant un niveau de performance énergétique et environnementale élevé pour les chargeurs les plus vertueux.

5

Construire un modèle de consommation et de distribution plus circulaire

## Une accélération de l'offre de seconde main

La nouvelle Vision 2035 de KIABI a amplifié notre réflexion autour de l'évolution de notre modèle d'affaires face aux enjeux environnementaux, en y intégrant notamment une dimension plus circulaire. Comment ? À travers le développement de notre offre de **seconde main** par exemple, ou de la part de **services proposés aux familles** (comme la location). Des initiatives ont été lancées depuis plusieurs années sur ces sujets, mais 2023 marque une accélération avec le déploiement massif de la seconde main : ce sont ainsi **314 magasins dans cinq pays** (France, Espagne, Portugal, Belgique et Italie) qui proposent désormais cette offre aux familles, avec **des vêtements multi-marques**.

En complément, nous avons poursuivi en 2023 notre test **KidKanai** à Leers (Hauts de France), un concept store entièrement dédié aux produits de seconde main enfants et bébés. Cette accélération nous permet d'apprendre et d'identifier les enjeux à adresser, comme l'accès au gisement de produits ou leur intégration en cohérence dans l'expérience de nos clients. Sur ce sujet, nos équipes en charge du concept de KIABI pour mieux intégrer cette nouvelle offre dans l'ensemble de nos magasins et en digital : c'est le cas cette année puisque la seconde main est désormais automatiquement intégrée dans les plans du concept de tous nos magasins, en complément de la première main. Elle est également présente en digital grâce à un site web dédié.

En 2024, nous avons créé une business unit entièrement consacrée à la seconde main, afin de nous permettre d'accélérer sur ce sujet.

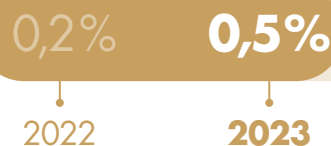


## Faits marquants

→ **314 magasins KIABI**, en France, Espagne, Belgique, Portugal et Italie, proposent une offre de seconde vie a minima sur les produits femme.

## Performance 2023

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



## Les défis à relever

- Accélérer sur la collecte et le dispositif logistique associé aux produits de seconde main.
- Former les équipes, et sensibiliser nos clients à l'offre de seconde main.
- Le développement de la collecte de produits textiles usagés pour notre offre de seconde main.
- Capitaliser sur notre expérience Kidkanai, concept store de seconde main enfants & bébés.

## Louer ses vêtements par abonnement avec KIABI

En 2023, **300 clients** des magasins KIABI de **Noyelles-Godault, Begles** et **Le Pontet** ont pu tester la location de vêtements par abonnement sur l'ensemble des produits de leur magasin (hors produits sous licence). Une expérience qui nous a permis de mieux comprendre les attentes

de nos clients et d'apprendre également sur les dispositifs logistiques et informatiques à mettre en place autour de cette solution. L'enjeu en 2024 ? Digitaliser cette offre pour poursuivre l'apprentissage à plus grande échelle.

## Les familles, partenaires de nos tests de durabilité

Proposer une offre de location nécessite forcément de se poser la question de la durabilité physique des produits que nous concevons, supposés connaître plusieurs vies auprès de plusieurs familles. « *Nous testons jusqu'à présent la durée de vie de nos produits en laboratoires, mais pour développer la location nous avons besoin de nous assurer de leur durabilité dans la vraie vie ! Le body de bébé qui vieillit avec la tâche de carottes, les traces de déodorant qui ne partent pas...* C'est cela que nous voulions cerner », explique **Estelle Urbain**, leader nouveaux business et nouveaux services pour KIABI. En

novembre 2023, nous avons donc offert **700 produits à 250 de nos clients qui se sont engagés à nous partager leurs photos et avis pendant six mois**. L'objectif est de pouvoir prendre en compte leurs retours dans la conception de nos produits et dans nos projets autour de la location.



## Partenaire des familles vers de nouveaux usages

Notre rôle n'est pas seulement de proposer des offres moins impactantes sur l'environnement, c'est aussi d'accompagner les familles vers ces nouveaux usages de consommation. Depuis 2023, en conformité avec la loi anti-gaspillage et économie circulaire (AGEC) en France, nous rendons accessibles, sur notre site internet, les caractéristiques environnementales et les informations relatives à l'origine géographique de nos articles de mode. Dans l'esprit de la loi, ces informations ont pour but d'éclairer les familles sur les questions environnementales, au moment de leur acte d'achat.

Nous facilitons également l'intégration de la circularité dans leurs usages à travers plusieurs solutions de **collecte** et **d'achat/revente** :

→ **La Kollect** : lancée en avril 2023 et soutenue par une nouvelle solution digitale, la Kollect facilite la

revente de vêtements, à un prix fixé par les familles. Le tout est associé à un abondement en bons d'achat sur le prix de rachat. La simplicité de cette solution a séduit de nombreuses familles puisque 33 000 sacs ont été expédiés lors des trois premières semaines de l'opération.

→ **La Kollect Kids** : au sein des écoles, nous travaillons avec des associations de parents d'élèves en recherche de financement,

→ **La collecte du tout venant** en magasins et sur les parkings : elle concerne les vêtements, le linge de maison et les chaussures. Ces produits sont ensuite valorisés par des partenaires principalement issus de l'économie sociale et solidaire.

→ Notre site web dédié, **Seconde main by KIABI**, est une plateforme qui permet déjà à des milliers d'utilisateurs d'acheter et revendre entre particuliers des vêtements de seconde main en France. En 2023, un test a également été lancé sur le marché espagnol.

## Les défis à relever

- Le déploiement de notre offre de location.
- Le test d'offres de réparation de vêtements.
- La pédagogie à mener auprès de nos clients sur ces nouvelles offres.

## Faits marquants

→ **477 tonnes de textiles et chaussures** ont été collectées en 2023 via l'ensemble de nos dispositifs, soit 0,9% des tonnages KIABI mis sur le marché en 2021 (contre 388 tonnes collectées en 2022).

## Intégrer les enjeux environnementaux dans la construction et l'exploitation de nos magasins

Intégrer les enjeux environnementaux et la circularité dans la chaîne de valeur KIABI, c'est aussi repenser la manière dont sont construits et aménagés nos magasins, faire évoluer leur fonction, tout en réduisant leurs impacts environnementaux. La construction et l'exploitation de nos sites nécessitent des matières premières, de l'énergie et une bonne gestion de nos déchets. « Si l'on regarde les limites planétaires, il y a deux enjeux forts pour l'immobilier », explique **Eric Grimonpon**, directeur général d'ETIXIA, la filiale foncière de KIABI, « nos impacts concernent

le climat et la biodiversité, avec l'artificialisation des sols. Notre politique environnementale s'est donc focalisée sur ces deux enjeux ».

Depuis 2022, les équipes d'ETIXIA ont intégré la dimension environnementale à leur stratégie, ce qui a conduit en 2023 à la définition de **deux objectifs liés à la décarbonation** : l'un sur l'intensité carbone de l'exploitation (la consommation énergétique liée à l'utilisation du bâtiment), l'autre sur l'intensité carbone du bâti (lié à la phase de construction). Sur les enjeux biodiversité, ETIXIA a introduit dans ses projets le CBS, un coefficient qui intègre la proportion de surfaces favorables à la biodiversité. Ce travail sur les indicateurs a permis de définir des trajectoires tout en alignant le bilan carbone d'ETIXIA sur les mêmes méthodologies de calcul que celui de KIABI. En complément, nous agissons dans l'exploitation de nos magasins sur les enjeux de sobriété énergétique (voir encadré).

Nous avons également initié des tests afin de **donner une seconde vie à notre mobilier et**

## KIABI Petite-Forêt : une co-construction pour incarner la Vision KIABI

Réalisée en 2023, la rénovation du magasin de Petite-Forêt, dans les Hauts-de-France, a été l'opportunité de tester le nouveau concept KIABI. « L'idée est de voir comment notre Vision peut s'inscrire de manière physique dans nos points de vente et dans l'ensemble de l'expérience client », explique **Miguel Esnault**, en charge du concept et du merchandising pour KIABI, « nous avons ainsi disrupté le parcours habituel en magasin pour libérer la circulation des clients, autour d'un cœur serviciel et communautaire ».

Offre de réparation, customisation... Ce test a aussi permis d'aborder des questions comme le réemploi du mobilier, l'utilisation de monomatériaux ou de matières recyclées pour les mannequins, les balisages... Un test qui s'est mené en parallèle du travail conduit par les équipes d'ETIXIA sur la rénovation du bâtiment : « nous avons introduit des apports de lumière naturelle avec un éclairage zénithal et une modification du sas principal à l'entrée du

magasin. Nous avons également déployé un système d'éclairage adaptatif à l'intérieur du magasin, qui varie selon le trafic et l'apport de lumière extérieure », explique **Ludovic Belko**, directeur construction, restructuration, rénovation pour ETIXIA. Le bardage et la toiture du bâtiment ont également été modifiés afin de garantir une meilleure isolation. Ces initiatives ont permis de réaliser **35 % d'économie d'énergies dans l'exploitation du magasin, et 15 % sur le bâti**. Ce travail a surtout été l'occasion de mettre en commun les compétences des équipes concept et immobilier pour une approche globale des enjeux environnementaux du magasin. Prochaines étapes : écouter les retours clients sur ce nouveau concept, ajuster le modèle économique de ce type de projet, accompagner l'évolution des métiers impactés en magasins et dans les services supports, optimiser la partie mobiliers pour décliner cette approche dès 2024 dans d'autres pays.

**nos produits non-marchands.** Ces tests nous ont permis de transférer certains équipements d'un magasin à l'autre et de récupérer du mobilier pour nos Petits Magasins (voir page 47).

L'enjeu est désormais de pouvoir industrialiser cette approche en répondant notamment aux problématiques logistiques identifiées lors de ces tests.

## La sobriété énergétique chez KIABI

Le sujet de la maîtrise et de la réduction des consommations d'énergie n'est pas nouveau pour KIABI. Au sein des magasins français, nous développons depuis plusieurs années le passage en **LED de deuxième génération** pour nos éclairages, et le renouvellement de nos **climatiseurs** en fin de vie. « Il est important d'avoir une vision globale et de travailler avec le bailleur sur ces sujets », explique **Isabelle Virenque**, directrice technique travaux pour KIABI, « si on change le système de chauffage sans s'aligner sur la réflexion au niveau du bâti, ça n'a pas de sens ».

Ces actions permettent aujourd'hui à KIABI de pouvoir déjà atteindre une partie des objectifs 2030 du décret tertiaire. Issu de la loi Elan, il impose aux parcs à usage tertiaire une réduction progressive de la consommation d'énergie. En 2023 ce sont ainsi 199 des 226 magasins français qui avaient déjà atteint l'objectif de moins 40% de consommation énergétique à 2030 (en comparaison à 2014).

Le choix d'un outil centralisé de paramétrage de la climatisation et des chauffages pour l'ensemble des magasins français a également permis à KIABI de répondre très

rapidement aux prérogatives de l'accord de branche signé dans le cadre du plan national de sobriété énergétique durant l'hiver 2022-2023. « Nous avons réussi à fortement baisser nos consommations sur l'éclairage et le chauffage », souligne Isabelle Virenque, « l'enjeu est maintenant d'affiner notre analyse sur les autres types de consommation pour les piloter de manière plus précise ».



### Objectifs

- **-70% d'intensité carbone sur l'exploitation des bâtiments** Etixia entre 2022 et 2040.
- **-60% d'intensité carbone sur le bâti** Etixia entre 2022 à 2050.

### Faits marquants

- **158 de nos 229 magasins français** ont diminué leur consommation d'énergies de 15,8 % en moyenne entre 2022 et 2023.

5

Construire un modèle de consommation et de distribution plus circulaire

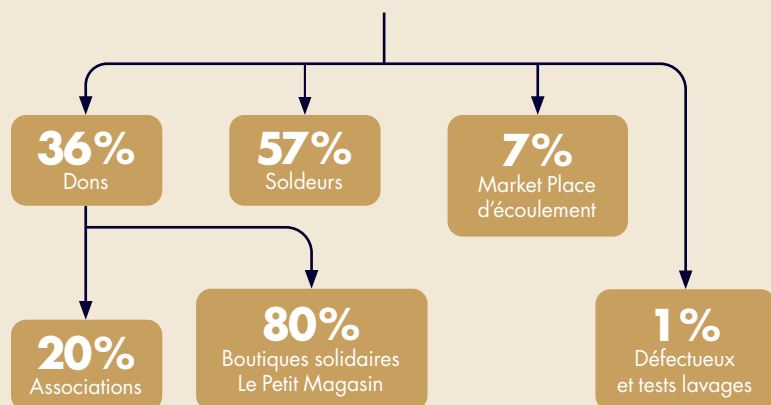
## Trouver un usage pour vêtements invendus et défectueux

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 peut rester des produits neufs invendus (1,9% de

nos quantités pour nos collections Hiver 2022 et Eté 2023). Notre responsabilité consiste donc à trouver un usage pour ces vêtements. Nous les écoulons à travers plusieurs canaux :

- **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 magasin.
  - **Les marketplaces**, qui nous proposent des solutions d'écoulement en digital (comme Showroom Privé par exemple).
- D'ici 2026, **100 % de nos invendus** seront à destination de nos Petits Magasins.

### Nos vêtements invendus en 2023. Que deviennent-ils ?



5

Construire un modèle de consommation et de distribution plus circulaire

## Travailler collectivement autour de la fin de vie des textiles

**Certains produits trop usagés ou détériorés ne peuvent prétendre à une deuxième vie** au sein de nos magasins ou auprès de nos partenaires. C'est pourquoi il est indispensable d'identifier et de développer de nouvelles solutions de recyclage, qui permettront de traiter leur fin de vie. Cet enjeu n'est pas propre à KIABI, il concerne l'ensemble de la filière textile. Nous avons donc choisi d'avoir une approche collective de ces sujets. En 2023, KIABI a ainsi été réélu administrateur de **Re\_fashion**, l'éco-organisme de la filière textile,

habillement, linge de maison et chaussure. « Lorsque l'on est l'un des premiers acteurs en volume sur le marché textile, on a la responsabilité de partager nos expérimentations, les retours de nos clients, nos difficultés sur ces sujets », explique **Caroline Bottin**, leader modéliste et éco-conception, représentante de KIABI au sein du conseil d'administration de Re\_fashion, « nous devons être acteur et moteur dans la réflexion globale sur l'utilisation des matières recyclées ». 2023 a ainsi été l'opportunité de travailler sur les enjeux de collecte, mais aussi sur **l'éco-modulation**, une approche mise en place par Re\_fashion qui permet de faire varier les contributions des acteurs en fonction de critères liés à la durabilité, la certification et l'incorporation de matières premières issues du recyclage dans leurs produits.

### L'éco-organisme Re\_fashion

Eco-organisme de la filière textile, habillement, linge de maison et chaussures, Re\_fashion 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 français**. Au cœur de l'écosystème de la filière textile, habillement, linge de maison et chaussures, Re\_fashion propose des outils, des services, des informations, qui facilitent et accélèrent la transformation vers l'économie circulaire. KIABI est adhérent de Re\_fashion depuis plus de dix ans et administrateur depuis quatre ans. Nous participons donc aux groupes de travail multi-entreprises comme les comités nomenclature, éco-modulation et communication.





- 1 Enjeux et indicateurs
- 2 Encourager le potentiel de chacun
- 3 Favoriser l'égalité des chances et l'inclusion
- 4 Améliorer les conditions de travail
- 5 Notre responsabilité humaine chez nos fournisseurs

# S'engager socialement pour toutes et tous

03



# 1. Enjeux et indicateurs

L'esprit de famille KIABI se partage avec l'ensemble de notre écosystème : nos collaborateurs bien sûr, mais aussi nos fournisseurs, nos clients, les familles...

Alors que 2023 a été marqué par les crises géopolitiques, et tandis que nos activités se transforment face aux enjeux environnementaux, notre responsabilité est aussi, dans ce contexte, de s'engager auprès de nos communautés pour continuer à améliorer les conditions de travail, développer l'employabilité de chacun et l'égalité des chances.

## Nos enjeux pour les femmes et les hommes

- 1 Les conditions de travail :** en termes de santé et de sécurité comme de bien-être, pour nos collaborateurs et aussi 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'égalité des chances et l'inclusion :** pour nos collaborateurs, nos clients et pour la société,

## Performance 2023



### 55%

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



### 46%

**de collaborateurs** de KIABI formés pour développement de compétences.



### 74%

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



### 273

personnes entrées en **insertion professionnelle** depuis 2020.

## Faits marquants

- **La création de l'Observatoire des Métiers :** pour anticiper l'évolution des métiers, compétences et porter notre Vision 2035.
- **Le travail sur la charte de la diversité,** destinée à aller plus loin pour nous animer sur les questions de diversité et d'inclusion.
- 97 676 heures de **formation pour nos collaborateurs** en 2023, dont 72 427 heures de formations pour développement de compétences.
- **7 nouveaux Le Petit Magasin** ouverts sur 2023 amenant le total de boutiques solidaires à 24.
- **Nouvelle exigence de conformité** sur les résultats des audits des usines de nos fournisseurs (exigence de note A ou B, contre A, B ou C précédemment).
- **Nouvelle valorisation de la rémunération** de nos collaborateurs pour répondre à l'inflation (+2% fin 2022 et +2% fin 2023)

\*Fournisseurs de rangs 1 et 2 textile, accessoires et chaussures ITFAS



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

## « Nous sommes avant tout une famille de sens. »

« KIABI, c'est avant tout une famille de sens, dont le capital humain s'est construit autour de l'idée : « *faire un métier que j'aime, avec des gens que j'aime, pour des clients que j'aime* ». Ce cap commun nous a permis de développer un leadership fort, le management par l'autonomie et la responsabilité, l'audace, la créativité...

KIABI c'est aussi une marque humaine, créatrice de liens avec tous nos partenaires, fournisseurs, clients. Enfin en 2023, 63% de nos collaborateurs étaient actionnaires\*. Cela permet à chacun d'être engagé dans la compréhension du projet d'entreprise, avec une capacité de rebond forte qui nourrit KIABI. En 2023, nous avons abordé un virage important avec notre nouvelle Vision 2035. L'enjeu est désormais d'accompagner cette transformation auprès de

tous de nos collaborateurs, afin de développer les compétences en interne nécessaires à notre modèle de demain et de garantir un haut niveau d'employabilité. Nous devons aussi accompagner ces transformations auprès de nos fournisseurs, à travers des relations et des partenariats plus forts. »

\*L'actionariat KIABI est disponible pour les collaborateurs en France, Espagne, Italie.

## 2. Encourager le potentiel de chacune et chacun

**Dans un monde en mouvement permanent, au sein duquel KIABI mène des transformations profondes de ses activités, l'évolution des compétences et l'employabilité de nos équipes est une priorité.**

### Développer les compétences

Nous avons la responsabilité de permettre à chacune et chacun d'être acteur de sa formation et de son employabilité, à travers des parcours de développement adaptés. En 2023, ce sont ainsi 72 427 heures de formations pour développement de compétences dont ont bénéficié les collaborateurs et collaboratrices de KIABI.

Ces formations ont pour objectif :

- D'accompagner **le développement de compétences métiers**, avec des plans de formation pays, métiers.
- **De nourrir les savoir-être de chaque collaborateur**, c'est-à-dire l'ensemble des postures

propres à la culture KIABI et à ses valeurs, comme la bienveillance, l'exigence, le service client ou l'esprit entrepreneurial. Des formations sont ainsi proposées autour de la communication et de la connaissance de soi.

→ **De soutenir les leaders dans leur mission**, sur les thématiques de performance, management, leadership, vision et stratégie. La formation « Explorer mon leadership » est obligatoire pour tous les nouveaux managers : plus de 40 collaborateurs ont suivi ce module en 2023.

### Le coaching by KIABI

KIABI a également lancé en 2018 l'école des Coachs, pour accompagner le développement



personnel des collaborateurs et collaboratrices. Des coachs internes, dont la formation est reconnue par l'International Coachs Federation (ICF), ont ainsi accompagné, en 2023, 80 collaborateurs en France et en Italie pendant plus de 600 heures.

### Un nouvel observatoire des métiers

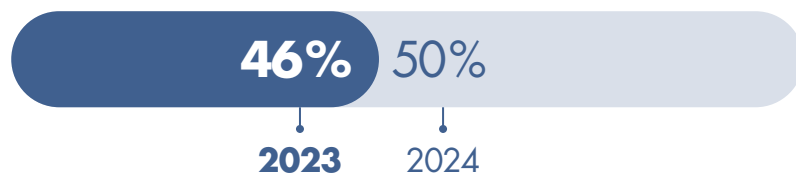
En complément de ces formations, afin d'accompagner la Vision 2035 de KIABI, nous avons créé en 2023 l'Observatoire des métiers. Porté par les équipes Talents, ressources humaines et des responsables métiers, ce projet a pour

objectif de comprendre et anticiper les besoins de l'entreprise en termes de compétences humaines, face aux stratégies et transformations en cours. C'est dans ce but que l'Observatoire des métiers KIABI se focalise sur trois types d'actions :

- En interne, la compréhension des **impacts de la Vision 2035 en termes de métiers et d'organisation**
- L'identification des talents et métiers pour accompagner ces changements
- Un travail de **prospective** pour éclairer les tendances métiers et compétences de demain.

## Performance 2023

Collaborateurs de KIABI formés pour développement de compétences :



## Faits marquants

- **600 heures** de coaching animées en interne.
- **Refonte de la formation** des conseillers et conseillères de vente.



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

**Le respect de la diversité est une valeur fondamentale de KIABI, formalisée dans les savoir-être clés des collaborateurs. Elle est surtout un atout qui permet d'enrichir, par la multiplicité des regards et des approches, la valeur collective créée chez KIABI.**

**C'est parce que nous comprendrons la pluralité des familles aujourd'hui que nous pourrons continuer à leur proposer les meilleures solutions au quotidien.**

### Un accord sur le handicap qui porte ses fruits

Signé il y a trois ans, l'accord sur le handicap KIABI France a permis de faire progresser l'entreprise : en 2023, les collaborateurs en situation de **handicap** représentent ainsi 5,1 % des effectifs de KIABI en France, contre 3,6 % l'année précédente. Le sujet est aujourd'hui animé par des référents handicap

en logistique, services et sur le périmètre Europe, accompagnés par des relais localement, sur le terrain. Ils mettent en œuvre les axes définis dans notre accord :

→ **Maintenir et développer** le taux d'emploi des personnes en situation de handicap, à travers des actions de recrutement, insertion, formation et maintien de l'emploi des collaborateurs et collaboratrices en situation de handicap,

→ **Renforcer** l'information, la sensibilisation et la communication sur le handicap auprès de tous les collaborateurs,

→ **Développer et faire connaître** le rôle des relais handicap en pays et magasins.

### Vers une charte de la diversité

Les sujets de diversité et d'inclusion sont intégrés aux savoir-faire requis chez nos collaborateurs, et nous les animons à travers nos rites managériaux mensuels et annuels.

Face à un sujet aussi vaste, dont les enjeux vont croissants, notre volonté est d'aller plus loin : « nous avons voulu travailler en 2023 une charte de la diversité, pour traduire concrètement ce que l'on met derrière ce terme chez KIABI, définir un socle commun plus clair pour tous les collaborateurs et pour accélérer et s'engager sur certains thèmes sur lesquels nous souhaitons progresser », explique **Bastien Chaldaureille**, leader développement social pour KIABI. « On s'est demandé s'il fallait que l'on renonce à certains sujets, mais faire des choix signifierait que nous ne sommes plus dans l'idée de diversité ».

Cette charte est le fruit d'un travail collectif avec des collaborateurs et collaboratrices français, italiens, espagnols et indiens. Elle a permis de faire émerger deux axes de progrès pour KIABI sur le sujet des seniors et de l'inter-générationnel. L'écriture de cette charte doit se finaliser au premier semestre 2024 afin de renforcer l'animation des collaborateurs sur ce sujet dès le second semestre.

Les principaux axes de la charte diversité KIABI sont :  
→ **Informier et sensibiliser** les collaborateurs sur

les sujets de diversité et d'inclusion,

→ **Lutter** contre toute forme de discrimination (sexe, âge, handicap, origine ethnique, orientation sexuelle, religieuse, ...)

→ **Recruter et promouvoir** des talents sur leurs compétences et qualifications

→ Etablir un **dialogue social** inclusif au sein de KIABI

→ **Mesurer et évaluer** les actions mises en œuvre.



## Agir pour l'égalité professionnelle entre femmes et hommes

Signé en 2021, l'accord portant sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes réaffirme la volonté de KIABI de promouvoir et d'animer la diversité, à travers l'équité et la parité entre les femmes et les hommes.

L'enjeu est de garantir l'égalité professionnelle entre toutes et tous. Nous avons identifié **cinq domaines d'engagement** pour atteindre ces objectifs :

- 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 avec la vie personnelle et l'exercice de la responsabilité parentale.

## La mode, vraiment pour toutes et tous

Les acteurs de la mode ont souvent véhiculé des représentations et des offres éloignées de la diversité de leurs publics. Fort de notre rôle de complice des familles, et de notre ADN d'accessibilité, nous développons depuis plusieurs années des collections inclusives, destinées à accompagner nos clients et



nos clientes dans ce qu'ils sont, à toutes les étapes de leur vie. Une partie de ces collections, faciles à enfiler, a été conçue en co-création avec de jeunes adultes en situation de handicap, des parents d'enfants en situation de handicap ou des aidants (interviews, tables rondes, etc.).

Ces offres inclusives s'enrichissent régulièrement de nouveaux modèles et représentent aujourd'hui 9,2 % de notre offre :

→ **Grandes tailles** : KIABI propose depuis plusieurs années des modèles allant jusqu'aux 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), 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.

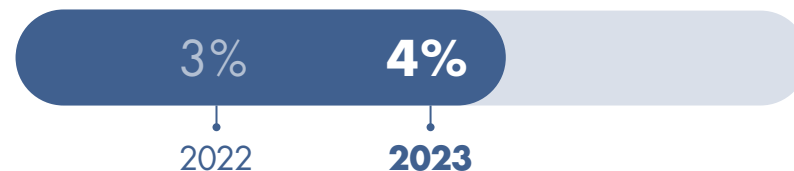
## Objectif 2023

% de femmes de **leaders-dirigeantes** en 2023

(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).



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



\*Ce mode de calcul ne correspond pas au mode de calcul légal français. Notre taux est néanmoins supérieur au taux légal de 6 % exigé en France.

## L'INDEX ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE 2023

KIABI est soumis chaque année au calcul de son index de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. Cet index intègre cinq critères : les écarts de rémunération, les écarts sur les taux d'augmentation, les écarts sur les taux de promotion, un indicateur sur le retour de congé maternité et un indicateur sur le nombre de salariés de sexe sous-représenté parmi les dix plus hautes rémunérations. **En 2023, KIABI a ainsi obtenu la note de 94/100**, soit la même note qu'en 2022.

## Les petits magasins, vecteurs d'insertion

Depuis 2017, KIABI soutient le projet des Petits Magasins, porté par plusieurs associations d'insertion professionnelle sur le territoire français. Intégrés là où sont les besoins, les Petits Magasins répondent 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 traduit par du mécénat, du don de produits et de matériel, mais aussi du partage de compétences : chaque Petit Magasin est en effet accompagné par un magasin-tuteur KIABI,

avant son ouverture et pendant toute la durée du projet.

En complément, KIABI propose des **plans de formations** pour accompagner les équipes des Petits Magasins en termes d'employabilité et d'insertion dans le secteur de la vente : commerce, relation client, sécurité... sont autant de sujets abordés pendant le parcours. L'objectif est que chaque personne qui ait suivi ce plan de développement puisse identifier une voie d'insertion à la sortie.

En 2023, nous avons souhaité approfondir son engagement en matière d'enjeux sociaux en collaborant avec Vitamine T, une organisation nationale axée sur l'emploi et l'inclusion. Ainsi, notre souhait est de renforcer notre implication dans le projet des Petits Magasins afin de devenir un acteur pleinement engagé.

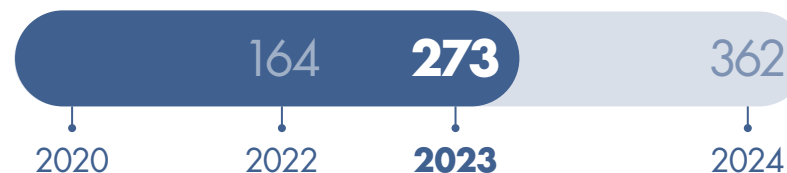


## Faits marquants

- 24 Petits Magasins ouverts en France dont 7 en 2023.
- 63 personnes ont suivi le plan de formation proposé par KIABI.
- 41 sorties dynamiques en 2023 (emplois durables, emplois de transition, sorties positives, formation, etc.).

## Performance 2023

Personnes entrées en insertion professionnelle depuis 2020 grâce aux Petits Magasins :





**Pierre Alcalá,**  
leader de business à impact positif.  
**KIABI**

## « Accélérer sur l'insertion avec Vitamine T. »

« Lorsque KIABI parle de diversité et d'inclusion, nous devons prendre en compte un écosystème ouvert, qui ne concerne pas uniquement nos collaborateurs. Que fait-on des jeunes discriminés dès le départ ? Comment permet-on à tous de s'habiller dignement ? **L'enjeu des Petit Magasins, c'est de nous ouvrir sur l'égalité des chances pour toutes les familles.** Après quelques années de recul, le bilan est excellent : les Petits Magasins nous permettent de retrouver une posture d'apprentissage, de faire un pas de côté sur nos modes opératoires et managériaux, de prendre du recul sur les questions de recrutement... »

En 2023, nous avons travaillé en particulier avec Vitamine T, acteur national de l'emploi et de l'inclusion, pour aller plus loin dans notre engagement. Ce n'est pas toujours simple, car c'est le type de projet qui permet de confronter des mondes qui ne se connaissent pas bien : il faut accepter de travailler ensemble, de se faire bousculer, mais nous nous apportons mutuellement avec Vitamine T, sur nos forces et nos faiblesses. Nous avons réussi à capitaliser sur les actions menées depuis plusieurs années. L'objectif est de poursuivre cette accélération ensemble.





## ↳ Les défis à relever

- Finaliser notre charte de la diversité et la mettre en oeuvre dans tous nos pays.
- Définir des indicateurs associés.
- Continuer le développement de nos collections inclusives.

### LE PROGRAMME SKOLA EN LOGISTIQUE : LE DERNIER KILOMÈTRE AVANT L'EMPLOI

L'entrepôt de Lauwin-Planque a lancé en 2023 un partenariat avec **Les apprentis d'Auteuil**, une fondation d'utilité publique qui agit en faveur de l'inclusion des jeunes. Le programme Skola aide les jeunes à se connaître et à découvrir leurs talents aux cotés de professionnels du secteur. Ils obtiennent ainsi une première qualification en signant un contrat de professionnalisation de six mois. En 2023, nous avons accueilli et accompagnés douze jeunes au sein de notre entrepôt. Cet accompagnement a permis la transformation en CDI de trois contrats de professionnalisation (dont une salariée en situation de handicap) et la poursuite pour l'un d'entre eux d'un CDD d'une durée de six mois à l'issue du contrat de professionnalisation.

### 10 ANS AVEC OCTOBRE ROSE

KIABI a fêté en 2023 ses dix ans d'engagement auprès de la Ligue contre le cancer, avec le soutien de l'opération Octobre Rose. A cette occasion, nous avons imaginé une collection solidaire de sous-vêtements roses et vitaminés, pour laquelle nous avons reversé à la Ligue contre le cancer un euro pour tout achat d'un produit de la gamme. Depuis dix ans, KIABI et ses collaborateurs ont également mené de nombreuses actions dans différents pays auprès d'associations de lutte contre le cancer, en organisant des relookings de salles de chimiothérapie, des coachings mode ou encore des courses roses.



### KIABI COMMUNITY

La co-création au service de l'inclusion.

Afin de concevoir ces collections inclusives, nous mettons en oeuvre des démarches de **co-création avec nos clientes**. En véritables ambassadrices, elles identifient les modèles sur lesquels travailler, donnent leur avis en termes de style ou de confort. Nous intégrons ainsi leurs idées dans la conception de nos vêtements : c'est par exemple suite à des retours de nos clientes sur la gamme post-opératoire que nous avons développé pour elles une brassière adaptée à la pratique du sport.

Dans cette démarche d'ouverture, notre plateforme KIABI Community est un véritable outil de dialogue et d'inclusion des différentes communautés de famille : grandes tailles, jeunes parents... Nous leur donnons la possibilité de nous partager leurs avis sur la conception de nos modèles grâce à des outils de co-création flash ou même d'incarner la diversité de KIABI en tant qu'égérie.



# 4. Améliorer les conditions de travail pour nos collaborateurs

**Parce que nous employons 9 049 collaborateurs et collaboratrices, nous avons vis-à-vis de chacun d'entre eux des responsabilités en termes de bien-être et sécurité au travail.**

## Progresser ensemble

À nouveau certifié **Great Place to Work**® en 2023, KIABI s'est distingué dans deux catégories du classement français :

→ **Numéro quatre dans la catégorie Best Workplaces**®, qui récompense les organisations où il fait bon travailler (catégorie plus de 2 500 salariés),

→ **Best Workplace for Women**™, qui distingue les entreprises pour leurs engagements en matière d'égalité professionnelle.

Au-delà d'un simple palmarès, ce classement est avant tout un moyen de mesurer la perception de nos collaborateurs et la qualité de leur expérience chez KIABI. La méthodologie Great Place to Work® s'appuie en effet sur la diffusion à tous les

collaborateurs du questionnaire Trust Index®, auquel chacune et chacun peut répondre de manière anonyme. En complément, KIABI fournit un dossier permettant d'évaluer ses pratiques managériales. Au regard des résultats et à l'échelle de chaque équipe, nous mettons en place chaque année des plans d'action pour répondre aux besoins identifiés dans les résultats sur le sujet du bien-être au travail. Nous suivons également le turnover chez KIABI : il était de 19,2 % en 2023.

## Prévenir les risques pour la santé de nos collaborateurs

**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... En 2023, nous avons également poursuivi le travail mené depuis 2022 sur les sujets d'ergonomie en magasin. Nous avons en effet profité du test de notre nouveau concept au magasin de Petite-Forêt (Hauts-de-France), pour questionner l'intégration des questions d'ergonomie dans ce projet.

Accompagné par Pôle Santé Travail, service de prévention et de santé au travail, nous avons ainsi réalisé un diagnostic permettant d'évaluer les impacts du nouveau concept sur les métiers en matière de :

- Réception, stockage et préparation des articles
- Mise en rayon, entretien et approvisionnement des rayons
- Relation et conseil client
- Effectifs, planification et répartition des tâches
- Nouvelles activités du cœur serviciel

Great  
Place  
To  
Work.

**LES RÉSULTATS  
GREAT PLACE  
TO WORK® 2023**

**86%** « Je suis fier de nos réalisations. »

**86%** « Les nouveaux collaborateurs sont bien accueillis. »

**79%** « J'apprécie la contribution citoyenne de mon entreprise. »

### Nos indicateurs santé et sécurité 2023

- Absentéisme : **6,7 %** (hors Italie)
- Taux de maladies professionnelles : **0,4 %**
- Taux de fréquence accidents du travail : **23,27**

## Performance 2023

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



## Vers 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.



## Accompagner nos collaborateurs face à l'inflation

2023 a été marqué par un contexte inflationniste qui a touché nos collaborateurs, comme de nombreux consommateurs. Afin de leur permettre de maintenir

leur pouvoir d'achat dans ce contexte exceptionnel, nous avons acté une revalorisation salariale globale dans plusieurs pays.

En France, après une première revalorisation de 2 % en novembre 2022, 2 % de plus ont été accordés en janvier 2023, portant à **4 % la revalorisation globale destinée à maintenir le pouvoir d'achat de nos collaborateurs.**

\*Chiffres au 31/12/2023

## 5. Notre responsabilité humaine chez nos fournisseurs

Nous travaillons avec des fournisseurs principalement basés en Asie et en Afrique du Nord. Ces fournisseurs se répartissent sur différents rangs, de la ferme (rang 4) qui fait pousser le coton nécessaire à la fabrication de nos vêtements, jusqu'à l'usine de confection (rang 1) en passant par l'usine de tissage ou la teinturerie. Notre responsabilité consiste à s'assurer que les employés de nos fournisseurs bénéficient de conditions de travail qui respectent les réglementations locales, les standards et conventions internationales liés au travail et conformes à nos exigences.

### Partager un cadre commun

Dans l'ensemble de ces pays, 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 (12% des audits sociaux), notamment en Asie et en Turquie.
- Nous pouvons faire appel à des cabinets externes pour réaliser ces audits (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) (83 % 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 et SMETA (E.T.I.).

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 a alors six mois pour 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'audits utilisées par KIABI

**Les audits BSCI, ICS et SMETA 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.

	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

5

Notre responsabilité humaine chez nos fournisseurs

## 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 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.

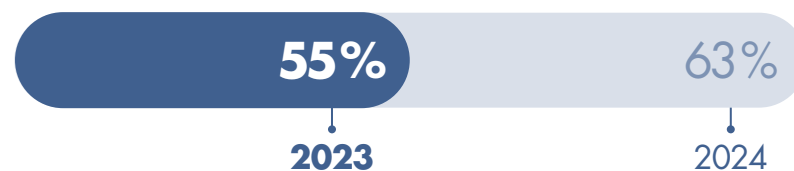
En 2023, **nous avons revu à la hausse nos exigences concernant la notation de nos fournisseurs** : alors que nous nous animions jusqu'à présent sur un objectif de fournisseurs audités A, B ou C, notre ambition est désormais que l'ensemble de nos fournisseurs soient notés A ou B uniquement. En complément,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

## Faits marquants

- 1209 audits réalisés soit 91 % de nos usines de rang 1 et 2 auditées en 2023.
- 100 % de nouvelles usines référencées, évaluées A, B ou C.
- 100 % des usines existantes ayant obtenu la note E depuis juillet 2022 en sont sorties dans les 6 mois : trois se sont améliorées, une relation avec un fournisseur a été arrêtée.

## Performance 2023

% d'usines auditées et évaluées au plus haut niveau de performance de conformité aux standards sociaux internationaux et réglementaires (A+B), chez les fournisseurs de rang 1 et 2.\*



## Répartitions des audits d'usines par notation :

	A	B	C	D	E
RANG 1	16 %	51 %	31 %	3 %	0 %
RANG 2	19 %	29 %	49 %	3 %	0 %

\*Fournisseurs de rangs 1 et 2 textile, accessoires et chaussures ITFAS



# Gouvernance et création de valeur

- 1 Pour une performance durable
- 2 Nos enjeux éthiques et conformité
- 3 Agir pour et avec nos clients
- 4 Bâtir des liens avec les territoires
- 5 Agir dans un écosystème ouvert

# 1. Pour une performance durable

Les enjeux environnementaux et sociétaux auxquels nous faisons face et la mise en œuvre de notre Vision 2035 questionnent nos organisations, et la définition de notre performance. C'est donc une réflexion profonde sur notre modèle, nos modes de décisions et nos systèmes d'animation qui se mène pour répondre à ces enjeux nouveaux.

## 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**

## Performance 2023



**64%**  
de collaborateurs  
actionnaires



**0,3%**  
de volume d'affaires  
durable\*



**36%**  
de femmes leaders  
dirigeantes



**84%\*\***  
Taux conformité  
cybersécurité



**70**  
Net Promoter Score  
clients

## Faits marquants



Une nouvelle Vision 2035 intégrant une approche **triple capital** (environnemental, social, gouvernance, en complément de l'économique).



**Une intégration des performances environnementales et sociales** dans le calcul de la prime annuelle variable du comité de direction KIABI et des comités de direction des services supports et pays.



Le lancement d'un comité clients pour traiter les irritants principaux de nos clients.



Un diagnostic complet de la sécurité informatique chez KIABI.

\*Le volume d'affaires durable comprend l'offre KIABI liée à la réparation, la location, la seconde vie et l'éco-conception de niveaux 1+2+3.  
\*\*Indicateur défini par l'agence de notation Bitsight.



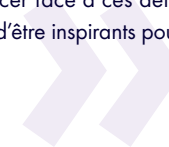


**Cendrine Tabary,**  
leader performance.  
**KIABI**

## « Une transformation profonde de l'analyse de notre performance »

« Nous avons écrit notre Vision 2035, la promesse de marque s'est enrichie. Cela va engendrer de nombreuses transformations, qui impactent notre vision de la performance en y intégrant les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance en complément de la performance économique. Cette approche triple capital est nouvelle pour KIABI, elle nous permettra de mesurer et animer l'ensemble des objectifs identifiés dans notre analyse de double matérialité. C'est une transformation profonde, qui nécessite de revoir nos outils de pilotage et d'avoir accès aux métriques permettant

d'identifier les enjeux environnementaux et sociaux sur chaque projet. En 2023, des indicateurs de performance environnementale ont été intégrés à la rémunération variable des dirigeants. Ce sont des challenges importants, nous pouvons nous appuyer sur une culture d'entreprise forte, la robustesse de notre modèle et notre bonne santé financière. Notre position d'acteur majeur de la mode nous rend responsable pour avancer face à ces défis nouveaux, nous nous devons d'être inspirants pour faire bouger les choses.



# 1. Une gouvernance au service d'une performance durable

**Depuis sa création en 1978, KIABI repose sur des valeurs plaçant les femmes et les hommes au centre de son fonctionnement. Ces valeurs sont intrinsèquement intégrées au système de gouvernance de l'entreprise.**

## Un actionariat familial et salarié

Actionnaires de l'entreprise, nos collaboratrices et collaborateurs sont ainsi une partie prenante essentielle, au cœur du dispositif, responsables et acteurs de la performance dont ils partagent la valeur. Chacun d'entre nous est engagé dans la réussite du projet KIABI, à travers la nouvelle Vision 2035 qui nous a été partagée en novembre 2023.

**Le Conseil d'administration** est 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 œuvre 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.

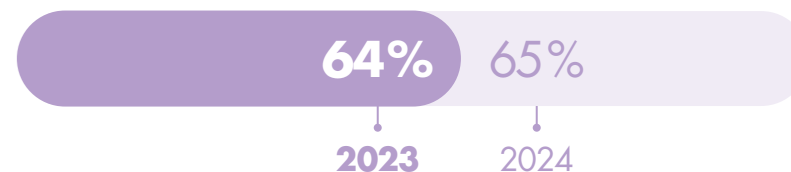


## Vers la création d'un conseil transition environnementale

Le Conseil d'administration de KIABI a pour volonté de créer un comité environnemental, constitué d'experts, au même titre que le comité humain et que le comité finance. La création de ce comité adressera les questions environnementales au plus haut niveau de l'entreprise et permettra de bénéficier des retours avisés du Conseil dans la mise en œuvre des stratégies, en cohérence avec la vision globale de l'entreprise.

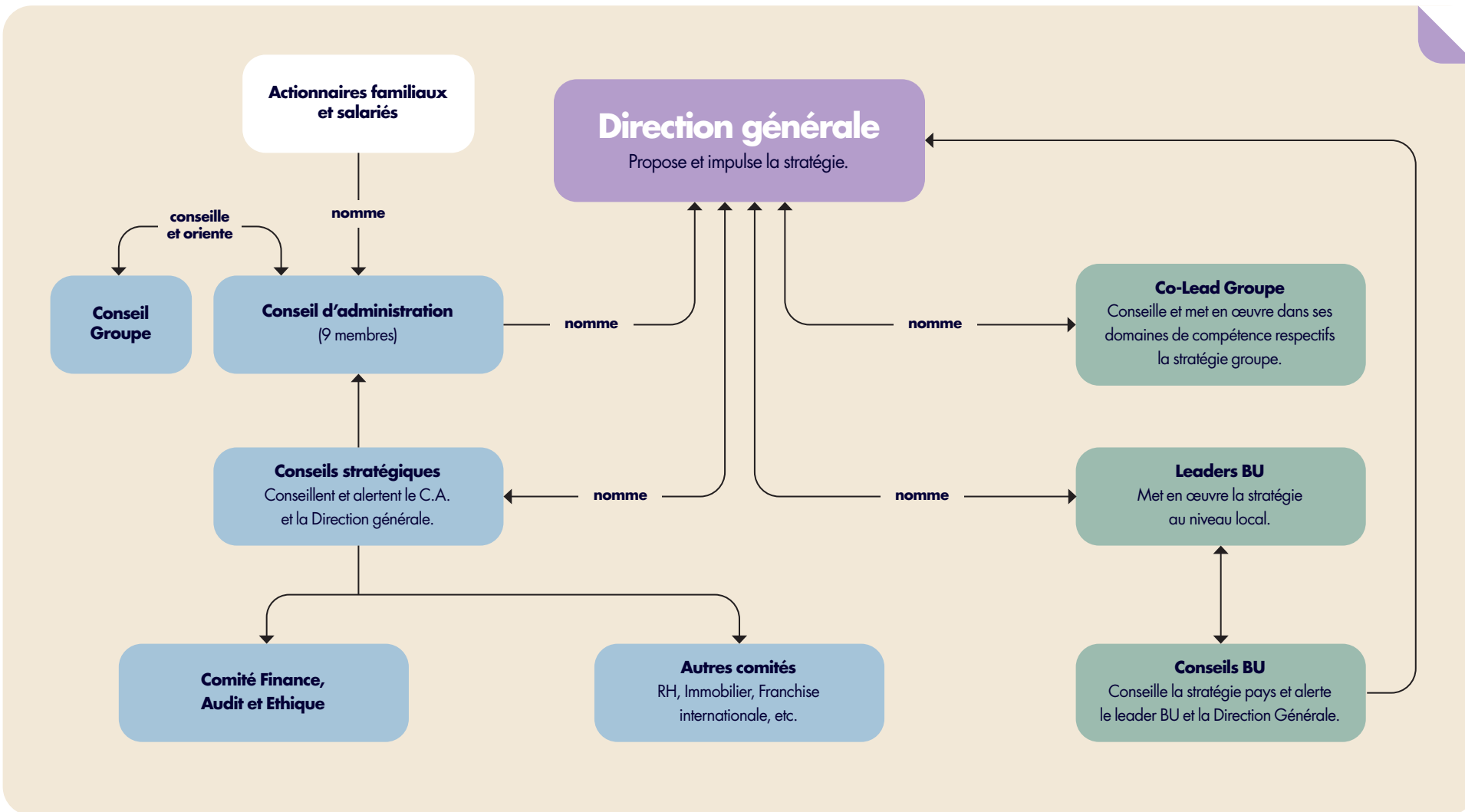
## Performance 2023

% de **collaborateurs actionnaires** :



# Gouvernance KIABI

Pour une performance durable



## Une approche triple capital

L'intégration des questions environnementales et sociales au cœur de la stratégie de KIABI questionne la manière dont nous définissons et mesurons la performance de l'entreprise.

En complément de nos indicateurs économiques, nous identifions de nouveaux objectifs, indicateurs et trajectoires pour évaluer notre performance environnementale et sociale. Ils ont été déterminés en nous basant sur notre analyse de double matérialité.

L'intégration de ces indicateurs transforme la manière dont nous regardons la performance de l'entreprise. L'indicateur « volume d'affaires durable » a par exemple pour objectif de nous faire accélérer sur le développement d'une offre moins impactante sur l'environnement et plus circulaire, en intégrant **l'éco-conception, la seconde main, la réparation et la location.**

Ces indicateurs seront également pris en compte dans l'évaluation de la valorisation de KIABI et seront intégrés dès 2025 dans ce calcul, applicable sur l'exercice 2024.



## Les défis à relever

- Intégrer les enjeux, priorités et responsabilités environnementaux et sociaux dans les instances de gouvernance.
- Construire et animer une performance triple capital, intégrant les performances environnementales, sociales et de gouvernance en complément de la performance économique.
- Développer les données et systèmes d'informations sécurisés permettant de consolider nos mesures d'impact et de performance.

### Performance 2023

Part du **volume d'affaires durable**, issu de la réparation, la location, la seconde vie et l'éco-conception de niveaux 1+2+3 :

0,3%

2023

## Une intégration dans la rémunération

L'intégration des objectifs environnementaux et sociaux de KIABI à la rémunération de nos collaborateurs, en complément des objectifs économiques, est un levier incontournable à actionner pour animer une performance triple capital.

**En 2023, nous avons fait évoluer notre système de rémunération** pour y intégrer ces enjeux à travers un nouveau système de prime annuelle variable, pour le comité de direction KIABI

et les comités de direction des services supports et pays.

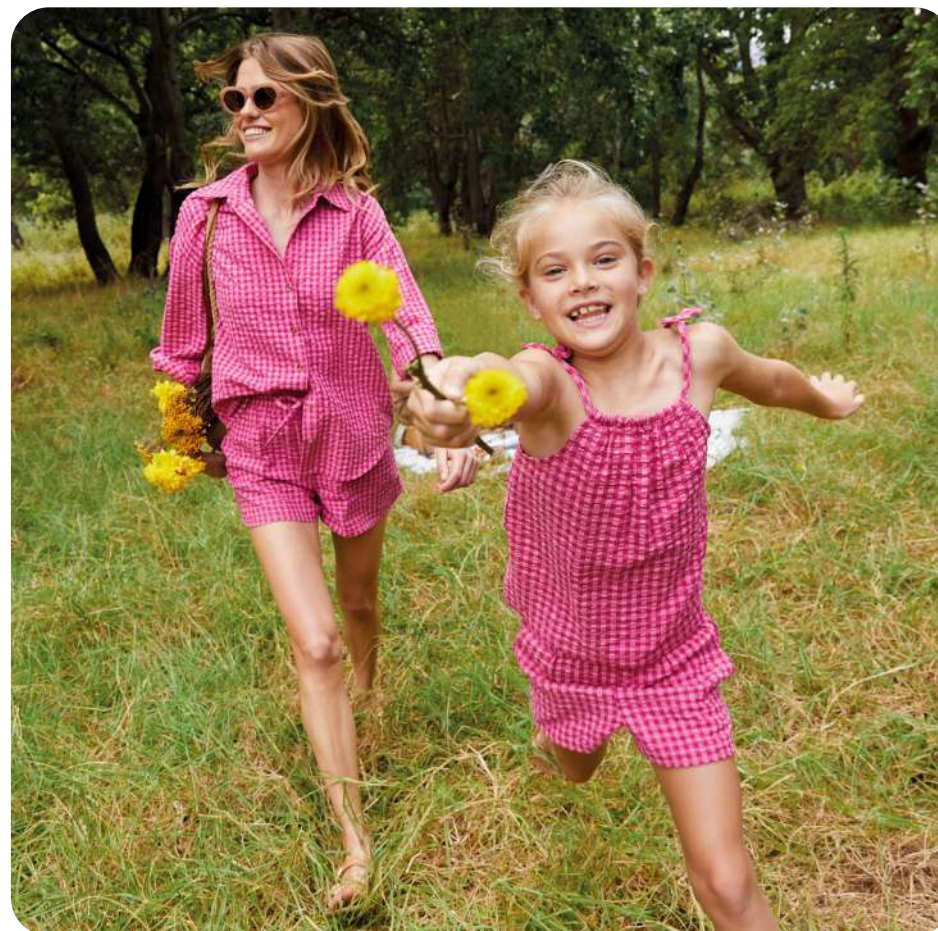
Cette prime intègre désormais un **Positive Index**, qui prend en compte la performance environnementale et sociale :

- 40% du Positive Index sont ainsi conditionnés par le pourcentage de volumes vendus en seconde main,
  - 30% par le nombre de produits bénéficiant d'une démarche d'éco-conception (à fin 2023),
  - 30% par un objectif lié à la marque employeur et au climat social, variable selon les filières et pays (Trust Index© Great Place to Work® par exemple)
- Ce Positive Index représente désormais 20% de la prime annuelle variable.



## Les défis à relever

- Développer l'animation d'une performance triple capital dans nos systèmes d'information et rituels managériaux.



## 2. Nos enjeux éthiques et conformité

**Notre responsabilité suppose de porter une vigilance forte aux enjeux d'éthique au sein de notre chaîne de valeur et auprès de nos parties prenantes. En complément, nous devons maîtriser des risques en développement, comme ceux liés à la sécurité informatique. C'est à travers une animation à tous les niveaux de KIABI que nous souhaitons donner les moyens à chacun d'intégrer ces sujets et d'agir et 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 Finance. Il a la responsabilité des sujets de protection des données personnelles, afin d'assurer la conformité avec le Règlement général sur la protection des données (RGPD). Il adresse également la lutte contre la corruption, en conformité avec la loi Sapin II.

Ce service accompagne également les enjeux de conformité et de 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,
- **Instaurer des processus efficaces**, pour intégrer les pratiques éthiques dans l'ensemble des organisations et processus de KIABI.

### Acculturer nos collaborateurs

Guidé par le Comité éthique et conformité, 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 en lien avec différents fournisseurs. Nous aidons également les équipes en charge du développement à identifier les risques liés à l'ouverture de nouveaux points de contact. Trois Comités éthiques ont été organisés en 2023.

## Assurer le respect des lois et règlements

En conformité avec la **loi RGPD**, nous garantissons d'assurer la protection des données personnelles. Pour cela, nous sommes organisés autour de quatre points :

- Mobiliser les équipes concernées,
- 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 Anti-Corruption (AFAC) pour définir un programme de lutte contre la corruption s'appuyant sur huit piliers :

- L'écriture d'un code de conduite anti-corruption,
- La mise en place d'un dispositif d'alerte interne,
- La réalisation d'une cartographie des risques de corruption,
- L'évaluation des tiers
- La mise en œuvre de contrôles comptables,
- Des actions de prévention de la corruption,
- La mise en œuvre 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 afin d'être associé aux régimes disciplinaires en vigueur. Il est ainsi accessible à tous nos collaborateurs français.

Notre dispositif **d'alertes internes et externes** est accessible en treize langues, incluant les langues de nos bassins de production, afin de faciliter les lancements d'alertes. Il est actif et reconnu en externe. Cet outil vient compléter un ensemble de canaux d'alertes, regroupant le management de proximité et les partenaires sociaux.

## La gouvernance de l'éthique

L'enjeu est d'intégrer les pratiques éthiques à tous les niveaux de KIABI, et d'en faire **une responsabilité pour tous nos collaborateurs**. C'est dans ce but qu'un Comité éthique et conformité se réunit plusieurs fois par an pour animer les stratégies d'éthique et éclairer en cohérence les initiatives sur ces questions. Ce comité est composé de la présidente de KIABI, de son directeur général, d'un administrateur référent conformité, de son directeur des ressources humaines, du directeur financier, du data protection officer et de le leader KIABI pour l'éthique des affaires.

À partir de 2024, les enjeux éthiques et conformité seront intégrés au comité Finance pour renforcer notre approche triple capital et valoriser ces enjeux au même niveau que les enjeux financiers», annonce Gregory Bouquet, leader corporate finance KIABI.



## Le devoir de vigilance

Notre devoir de vigilance s'appuie sur **une analyse de risques, menée dans les usines de production de nos fournisseurs**. Cette analyse se base sur les thématiques sociales et environnementales de 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, en reprenant les résultats de l'ensemble des audits réalisés en 2023.

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 conformité, RSE et audit interne.

En 2023, 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 :

- 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.

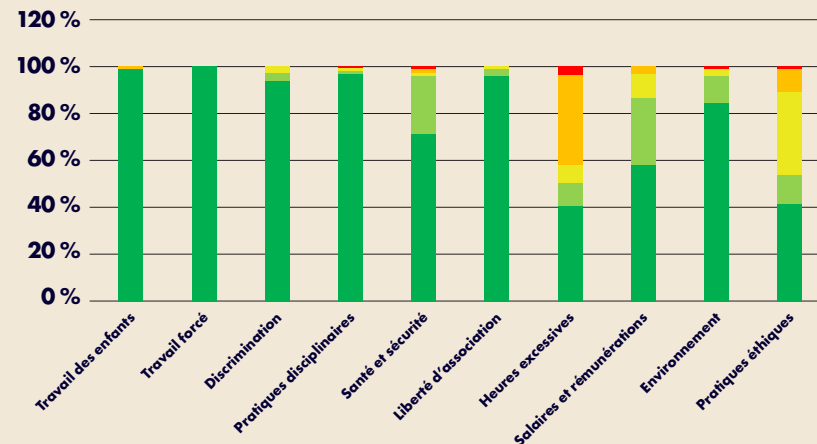
→ L'équipe chargée de la conformité rappelle constamment aux fournisseurs et aux usines ces aspects, qui peuvent être négligés par l'usine, en particulier pendant les périodes de pic de production. Une formation et une auto-évaluation constantes de la part des fournisseurs et des usines sont demandées.

**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.

### Analyse des risques sociaux par thématique

Bilan 2023 pour les usines de fournisseurs de rang 1



**Pratique disciplinaire :** Nous avons observé un management agressif et injurieux dans une usine de rang 1 au Bangladesh. Un audit de contrôle a confirmé l'amélioration des pratiques.

**Santé et sécurité :** S'il s'agit d'un problème lié à des risques d'incendie à des installations électriques ou le bâtiment, une non-conformité amène la note E. Sept usines de rang 1 ont été concernées en 2023, deux ont été inactivées, cinq se sont améliorées.

**Heures de travail excessives :** 286 audits d'usines de rang 1 concernés. Les plans d'actions cités ci-dessus ont été appliqués.

	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



## 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, etc.), respecter les certifications (EOA), les standards (PCI-DSS) qui nous sont applicables. Depuis deux ans, le risque informatique est devenu une préoccupation majeure qui intègre la surveillance des équipes éthiques et compliance ainsi que celle des équipes informatiques.

« Là où la sécurité informatique consistait il y a quelques années à couvrir un périmètre privé, le télétravail, les clouds, la multiplicité des outils (ordinateur, téléphone, etc.) nous obligent maintenant à sécuriser unitairement chacun de ces éléments », explique **Jean-Luc Vandendriessche**, leader de la sécurité des systèmes d'information KIABI.

Notre approche consiste à éclairer les principaux risques liés à la sécurité informatique, et de trouver des solutions qui couvrent ce risque. Nous avons ainsi identifié trois risques majeurs : les impacts liés à un acte de malveillance ; les risques liés à la complexité de notre système et à la difficulté de rétablir nos services ; l'exfiltration de données.

Nos équipes ont ainsi défini **quatre axes de travail** pour répondre à ces enjeux et assurer la sécurité informatique de KIABI :

- L'écriture d'un plan de reprise d'activité en cas d'attaque,
- La mise en place de sauvegardes immuables,
- L'écriture d'une stratégie de détection et de

réponse aux comportements malveillants,  
→ La professionnalisation de l'équipe opérationnelle. En 2023, l'équipe en charge de ces sujets s'est ainsi renforcée avec le recrutement de trois collaborateurs dont le rôle est de lister les vulnérabilités en termes de sécurité informatique et d'y remédier. « Nous devons également faire bouger les équipes en



interne », souligne Jean-Luc Vandendriessche, « nous travaillons sur le déploiement de référents sécurité dans les équipes pour que chacun puisse se sentir responsable sur ces sujets. La formation des collaborateurs est également indispensable, dès le processus d'intégration. La sécurité informatique est l'affaire de tous ». Dans une démarche

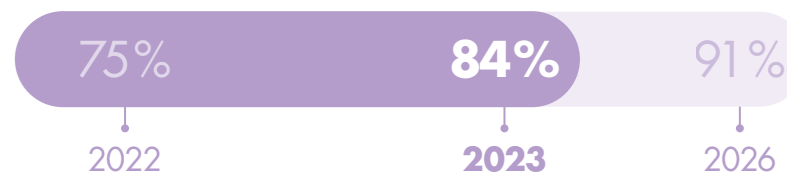
d'amélioration et d'exigence continue, nos équipes ont également travaillé en 2023 sur la définition d'indicateurs. Un premier indicateur permet ainsi d'évaluer et d'animer le **taux de conformité sécurité informatique** de KIABI. Cet indicateur a été défini par l'agence de notation Bitsight. Il était de **84 %** en 2023.

### Les défis à relever

- Développer les relais informatiques dans les équipes et localement, leur fournir les outils pour animer ce sujet.
- Poursuivre le travail de définition d'indicateurs pour animer nos stratégies de sécurité informatique.
- Travailler notre plan de reprise d'activités pour optimiser le délais de remise en service.

### Objectifs

Taux de conformité sécurité informatique :



## 3. Agir pour et avec nos clients

**Nos clients sont une partie prenante essentielle de notre chaîne de valeur. Notre performance tient donc en partie de notre capacité à proposer une offre qui réponde leurs besoins, à ceux de la société tout en respectant leurs intérêts. Nous mesurons donc notre capacité à satisfaire les attentes de nos clients et les intégrons à nos réflexions afin de faire évoluer leur expérience au sein du parcours KIABI.**

### Un NPS qui progresse

**Le Net Promoter Score (NPS)** est un indicateur de mesure de l'expérience client, qui permet notamment 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 2023, le NPS de KIABI tous pays confondus s'élevait à 70, soit deux points de plus que l'année précédente. C'est notamment la partie NPS magasin qui tire ce score vers le haut, essentiellement grâce à des leviers techniques (parcours « Wifi » passé facultatif, challenges régionaux et magasins pour booster « l'instore », meilleure expérience client, etc.) ainsi qu'au traitement d'irritants par le comité

client. Le NPS de KIABI est deux points supérieur au NPS global des acteurs du secteur\*

\*Benchmark mené auprès de KIABI, JULES, GEMO, PIMKIE, COURIR, ERAM, BIZZBÉE)

### Garantir la qualité de nos produits

Notre **service qualité** travaille sur un périmètre allant de la réception des commandes en entrepôts en Europe jusqu'à l'écoute de toutes les remontées clients. Dans tous nos pays, et sur les canaux web ou magasins, nous analysons des données sur les taux de retour. Nous étudions également avec attention les commentaires laissés par nos clients sur le site web de KIABI. En interne, nous avons mis en place

une **communauté Yammer** qui permet à 1900 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.

En 2023, le taux de retour KIABI était de 3,09 % :  
→ Les 2/3 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...). Les produits retournés pour des problèmes de qualité ne peuvent être remis en vente. Le taux de retour des produits défectueux était en 2023 de 0,07%.

Dans un esprit d'amélioration continue, nous faisons travailler ensemble les équipes concernées, mais aussi nos fournisseurs, pour proposer des actions correctives à ces problématiques de qualité.

### Un comité clients pour lever les irritants

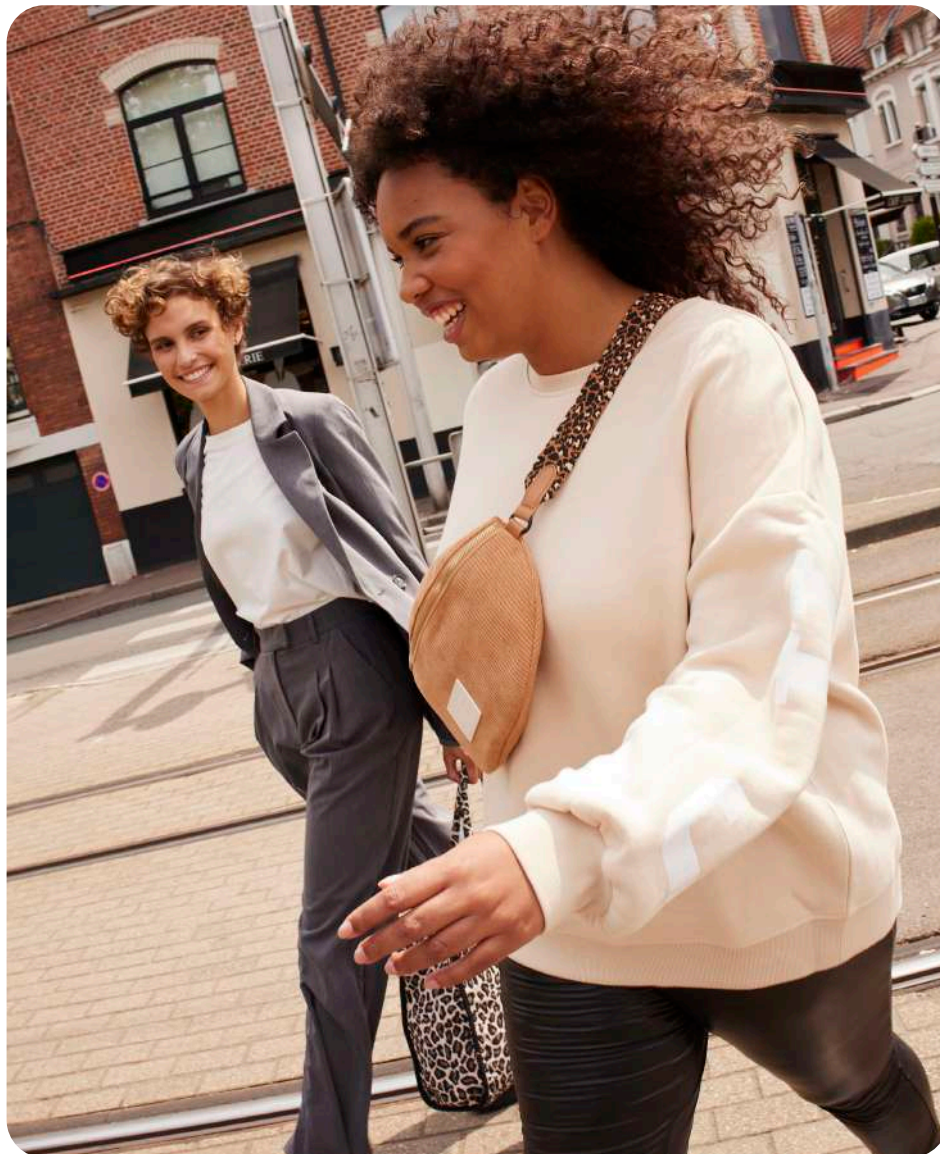
En 2023, nous avons créé **un comité clients afin d'identifier et de traiter les principaux irritants relevés par nos clients dans leur expérience avec KIABI**. Issu d'un besoin mutuel de notre service Etude et de notre service Relation client, ce comité a permis d'identifier en 2023 trois irritants prioritaires :

→ L'attente en caisse

→ Les retours produits (web et magasins)

→ Le taillant

Pour chacun de ces sujets, nous avons réuni tout au long de l'année les équipes et experts métiers concernés afin de mener un état des lieux et d'apporter des réponses. Cela nous a par exemple permis de baisser de deux points l'irritant sur le taillant entre 2022 et 2023. Trois nouveaux irritants doivent ainsi être travaillés en 2024.



## Maintenir l'accessibilité

La notion d'accessibilité est depuis 1978 dans l'ADN de KIABI, et elle le restera. « Lorsque l'on parle d'accessibilité, on ne parle pas que de prix mais de l'association valeur et prix. Nous voulons pour chaque produit garantir un prix accessible sans faire de concession sur la qualité, le style ou la durabilité », explique **Emilie Gallard**, leader du marketing de l'offre KIABI. Nous proposons ainsi des petits prix toute l'année (« every day low price »). L'association valeur produit/prix est construite

en fonction de la perception de nos clients, avec différents niveaux permettant de répondre à tous les besoins, qui vont des premiers prix en réponse aux besoins essentiels, complétés par des gammes répondant à plus de valeur ajoutée (style, innovation, attributs plus poussés).

**En 2023, nous nous sommes battus pour continuer à proposer la meilleure réponse en termes d'accessibilité prix**, tout en intégrant des éléments de valeur comme la satisfaction client, ou l'impact environnemental. En complément, nous travaillons à l'accessibilité de nos produits pour toutes et tous, à travers des collections inclusives (voir page 43).

### ↳ **Les défis à relever**

- Continuer à proposer le meilleur rapport qualité/prix/style dans des contextes internationaux bouleversés.
- Concilier l'accessibilité de nos prix avec et une meilleure valeur environnementale et sociale de nos produits.
- Prolonger la durabilité physique et émotionnelle de nos modèles, en proposant par exemple des produits aux coupes et aux couleurs plus intemporelles.

## 4. Bâtir des liens avec les territoires

**En tant qu'acteur économique, nous contribuons à la création d'emplois et de valeurs économiques et financières pour les territoires. Nous cherchons à aller plus loin en étant acteur des enjeux sociaux et environnementaux des écosystèmes locaux.**



### Écouter les besoins locaux

En complément des projets portés par les Petits Magasins (voir page 45) au service des territoires, nous cherchons à faire évoluer petit à petit nos propres magasins comme de véritables **lieux de vies et d'échanges pour les acteurs locaux**. L'enjeu est également de prendre en compte les attentes des territoires dans la réalisation de nos différents projets.

Dans le cadre de la construction de notre nouveau siège social, **KIABI Village**, à Villeneuve d'Ascq (Hauts-de-France), nous avons par exemple organisé des ateliers d'écoute avec les habitants du quartier et des villes concernés par le projet, afin d'intégrer leurs préoccupations dans la mise en œuvre de ce chantier. Ces écoutes nous ont permis d'identifier des enjeux importants pour les habitants, autour par exemple de l'animation du site ou de l'offre de restauration.

### Un fond de dotation pour agir

Depuis 2021, **le fonds de dotation KIABI** accompagne ses collaborateurs et collaboratrices au développement de projets à impact sociétal positif à travers l'angle de l'emploi, de l'éducation et de la solidarité. En permettant aux collaborateurs de nouer des liens pérennes avec les acteurs locaux,

le fonds KIABI LIFE s'inscrit dans les valeurs et le sens de l'entreprise.

KIABI LIFE agit :

- Sur l'emploi, en créant les conditions pour favoriser l'inclusion professionnelle des personnes les plus éloignées de l'emploi ou en situation de précarité.
- Sur l'éducation, en favorisant l'inclusion par l'accès à l'éducation pour tous.
- Sur la solidarité, en prévenant et accompagnant les ruptures de la vie (maladie, handicap, pauvreté, isolement...) et en créant du lien social.

Créée pour tous les collaborateurs de KIABI, le fonds KIABI LIFE soutient l'ensemble des pays qui souhaitent porter un projet sociétal. En complément, nous menons également ponctuellement des actions de solidarité au service des acteurs locaux : en novembre 2023, **à l'occasion du Good Friday que nous organisons pour la quatrième année consécutive**, nous avons collecté des fonds pour plusieurs associations à l'international, comme **SOS Villages d'Enfants** en Belgique, l'association portugaise **Amigo com Cancro**, **Les Restos du Coeur** et **Médecins sans Frontière** en France, **Medici senza Frontiere** en Italie et **Down** en Espagne.

## 5. 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 pourrons 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 Unie, 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.

## → 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 membre de Fair Trade Association, 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 ».



1

### Détail des indicateurs de 2018 à 2023

- Agir pour l'environnement
- Accompagner les kiabers
- Mode inclusive
- Gouvernance et création de valeur
- Travailler avec éthique

2

### Détail des accords collectifs par pays

- France
- Espagne
- Italie
- Belgique
- Portugal

# Annexes

05

# 1. Agir pour l'environnement

Changement climatique	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Emissions carbone en millions de T eq CO <sub>2</sub> - scope 1/2/3	2,8			2,686	2,436	2,082
Base 2022 recalculée avec changements méthodologiques						2,211
% de réduction des émissions équivalent CO <sub>2</sub> en valeur absolue par rapport à 2022 recalculé						-5,8%
Intensité carbone au kg de produit acheté en Kg eq CO <sub>2</sub>					42,76	41,32
Intensité carbone au produit vendu en Kg eq CO <sub>2</sub>	9,3			8,8	7,7	7,1
% de réduction d'intensité carbone au produit vendu vs 2018				-5%	-17%	-24%
Consommation d'eau	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Consommation d'eau de nos propres sites en m <sup>3</sup>						98 975
Éco-conception produits	2018	2019	2020	2021	2022	2023
% offre éco-conçue hors article exclus web, chaussures et accessoires (en pièces)		<b>19%</b>	<b>34%</b>	<b>66%</b>	<b>74%</b>	<b>75%</b>
% de quantités de produits textiles achetés en niveau 1 d'éco-conception (matières premières à impact environnemental réduit)					<b>72%</b>	<b>73%</b>
% de quantités de produits textiles achetés en niveau 2 d'éco-conception (process de fabrication à impact environnemental réduit)						<b>6,0%</b>
% 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 »)						<b>6,4%</b>
<b>% de quantités de produits textiles achetés en niveau 1+2 d'éco-conception</b>						<b>6,0%</b>
<b>% de quantités de produits achetés en niveau 1+2+3 d'éco-conception</b>						<b>0,0%</b>
Répartition des matières utilisées (en tonnage de produits finis)						
- Coton bio					6,7%	7,6%
- Coton BCI*					41,7%	31,3%
- Coton en conversion					0,8%	2,4%
- Coton recyclé					1,3%	2,4%
- Coton conventionnel					14,4%	15,2%
- Lin, chanvre...					0,3%	0,4%
- Laine					0,3%	0,3%

\*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).



- Polyester recyclé					3,8%	7,8%				
- Polyester					16,4%	16,6%				
- Cellulosiques à impact env. réduit (Ecovero, Lyocell, Tencel...)					0,3%	2,1%				
- Cellulosiques conventionnels					4,7%	3,5%				
- Autres matières synthétiques recyclées (polyester, polyamide, acrylic)					0,0%	0,3%				
- Autres matières synthétiques conventionnelles					5,9%	6,2%				
- Autres					3,4%	3,9%				
<b>Répartition des fibres utilisées (en tonnage de produits finis)</b>										
- Matières naturelles					65,5%	65,5%				
- Matières synthétiques					29,5%	28,9%				
- Matières cellulosiques					5,0%	5,6%				
<b>% matières recyclées (en tonnage de produits finis)</b>					<b>5,2%</b>	<b>10,5%</b>				
<b>% produits textiles mono composition</b>					<b>45%</b>	<b>46%</b>				
					<b>48%</b>	<b>51%</b>				
					<b>47%</b>	<b>47%</b>				
<b>Circularité</b>										
% de produits de seconde main dans l'ensemble de nos articles vendus					2018	2019	2020	2021	2022	2023
									0,2%	0,5%
<b>Fin de vie</b>										
Tonnes de textiles et chaussures collectés					2018	2019	2020	2021	2022	2023
					38	112	119	180	388	477
% tonnes de textiles et chaussures collectés sur les tonnes mises sur le marché en N-2										0,9%
<b>Origine produits</b>										
<b>% des quantités expédiées par pays de production</b>					2018	2019	2020	2021	2022	2023
- Bangladesh					34%	37%	39%	41%	42%	42%
- Chine					29%	26%	26%	28%	23%	20%
- Inde					18%	16%	13%	12%	12%	15%
- Cambodge					8%	7%	6%	6%	6%	7%
- Pakistan					2%	3%	4%	5%	4%	3%
- Myanmar					3%	6%	6%	2%	7%	6%
- Indonésie					3%	2%	2%	3%	3%	1%

- Vietnam	2%	1%	1%	1%	1%	1%
- Turquie	1%	1%	2%	3%	3%	4%
- Egypt	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
- Ethiopie	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
- Sri Lanka	0,0%	0,1%	0,3%	0,2%	0,1%	0,0%
- Maroc	0,0%	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
<b>Transport amont</b>						
• Départ pays d'origine						
Maritime	93%	92%	87%	90%	94%	95%
Aérien (dont maritime + aérien)	5%	5%	10%	6%	3%	1%
Ferrovière	1%	1%	1%	1%	3%	0%
Route	1%	2%	2%	4%	0%	4%
• Arrivée Europe						
Route	82%	72%	65%	89%	82%	70%
Multimodal (train + barge)	18%	28%	35%	11%	18%	30%
<b>Transport aval</b>						
Route					92%	91%
Maritime					7%	9%
Aérien (dont maritime + aérien)					0%	0%

## 2. Accompagner les kiabers

Détail des indicateurs de 2018 à 2023

Effectifs	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<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>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>
- Territoire France	6 426	6 508	6 204	6 206	6 770	6 381
- Espagne	1 532	1 513	1 262	1 255	1 372	1 265
- Italie	609	579	533	616	690	676
- Portugal	53	99	67	98	97	133
- Belgique	208	303	246	294	308	305
- Asie	572	306	298	301	299	289
- Russie	816	653	545	517	-	-
- Brésil	99	91	-	-	-	-
- % management				18%	16%	17%
- % employés				82%	84%	83%
- % hommes				18%	18%	19%
- % femmes				82%	82%	81%
- % temps plein				54%	54%	56%
- % temps partiel				46%	46%	44%
- % âge < 30 ans				41%	43%	39%
- % âge 30-50 ans				47%	45%	48%
- % âge > 50 ans				12%	12%	13%
- % CDD				19%	25%	20%
- % CDI				81%	75%	80%
<b>Satisfaction Kiabers (Trust index de Great Place to Work)</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>Donnée consolidée groupe</b>				<b>73%</b>	<b>74%</b>	<b>74%</b>
- Territoire France				71%	72%	72%
- Espagne				79%	78%	75%
- Italie				77%	79%	80%

- Portugal	89%	87%	85%
- Belgique	82%	82%	86%
- Asie	81%	78%	79%
- Russie	76%		

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

Formations	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<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>Nb d'heures de formation non obligatoires dispensées</b>						<b>72 427</b>
- Territoire France						35 139
- Espagne						29 902
- Italie						2 898
- Portugal						306
- Belgique						2 716
- Asie						1 467
<b>% de Kiabers formés pour développement de compétences (hors formations obligatoires)</b>						<b>46,4%</b>
- Territoire France						46,1%
- Espagne						56,8%
- Italie						42,1%
- Portugal						36,4%
- Belgique						22,1%

- Asie	51,8%
<b>Nb de Kiabers formés pour développement de compétences (hors formations obligatoires)</b>	<b>7 457</b>
- Territoire France	5 322
- Espagne	1 317
- Italie	447
- Portugal	64
- Belgique	148
- Asie	159
<b>Nb d'heures de formation par Kiaber formé pour développement de compétences (hors formations obligatoires)</b>	<b>4,5</b>
- Territoire France	3,00
- Espagne	12,90
- Italie	2,73
- Portugal	2,00
- Belgique	4,10
- Asie	4,78

Santé sécurité des Kiabers	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Maladies professionnelles</b>				<b>0,3%</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,4%</b>
- Territoire France	0,3%	0,5%	0,4%	0,5%	0,4%	0,6%
- Espagne		0,3%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%
- Italie		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
- Portugal		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
- Belgique		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
- Russie		0,0%	0,0%	0,0%		
- Asie		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Absentéisme</b>				<b>5,3%</b>	<b>6,3%</b>	<b>6,7%</b>
- Territoire France	10%	5,0%	5,2%	5,5%	5,9%	6,0%
- Espagne		5,4%	6,5%	6,0%	9,9%	10,4%
- Italie		1,6%	2,0%	2,6%	3,0%	2,0%

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
- Portugal			31,8%	21,9%	2,9%	6,3%
- Belgique			3,2%		14,4%	23,2%
- Russie			2,1%	4,1%		
- Asie		0,7%	0,6%	0,8%	1,0%	1,1%
<b>Taux de fréquence des accidents du travail</b>				<b>15,4</b>	<b>23,9</b>	<b>23,3</b>
- Territoire France	40,7	22,1	16,0	17,2	26,1	24,7
- Espagne			14,1		19,7	18,0
- Italie			5,2	3,3	7,6	10,9
- Portugal				541,1	15,5	397,7
- Belgique				4,9	8,7	16,7
- Russie			-	-		
- Asie			374,6	-	-	-

## 3. Mode inclusive

Le Petit Magasin : business solidaire	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Nb d'ouvertures	0	0	3	6	7	7
Nb total de Petits Magasins	1	1	4	10	17	24
<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>
Pièces de dons de vêtements			-	427 740	858 084	-
Heures de formation octroyées par des Kiabers à des personnes en insertion				1 541	2 515	3 346
Nb de personnes en parcours d'insertion				36	89	130
Nb de familles bénéficiaires				27 632	93 502	185 752
Nb d'emplois créés (ou sorties dynamiques)				4	19	41

Fonds de dotation : Kiabi Life	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Dons aux associations partenaires				106 430	163 508	
Bénéficiaires				10 000	16 000	
Nb de Kiabers impliqués				6 850	9 000	
Actions solidaires	2018	2019	2020	2021	2022	2023
€ reversés à des associations par les entités du groupe				984 216	500 917	
€ reversés à des associations via nos clients				-	751 931	
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
<b>% de collaborateurs actionnaires</b>						<b>64,5%</b>
- Territoire France						77%
- Espagne						45%
- Italie						26%
- Portugal						0%
- Belgique						0%
- Russie						
- Asie						0%
Diversité	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>% de collaborateurs à capacité différente</b>				<b>2,8%</b>	<b>3,0%</b>	<b>4,0%</b>
- Territoire France		5,4%	5,0%	3,6%	3,6%	5,1%
- Espagne		3,5%	2,9%	3,2%	1,8%	1,7%

- Italie	2,8%	0,9%	1,3%	1,4%	2,4%
- Portugal	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
- Belgique	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%
- Russie	0,9%	0,9%	0,8%		
- Asie	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%

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

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

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

Transformation du modèle	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>% de volume d'affaires durable</b>						<b>0,3%</b>

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



## 5. Travailler avec éthique

Fournisseurs	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<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>
Chine	63	60	63	54	54	55
Bangladesh	21	23	22	23	20	21
Inde	20	15	17	21	18	16
Indonesie	3	1	1	1	1	1
Pakistan	4	5	6	6	5	6
Turquie	4	5	7	17	16	17
Maroc	5	5	4	4	4	0
Sri Lanka					1	0
Importateurs européens magasins	30	22	18	17	19	21
Importateurs européens web					66	58

Usines	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Nombre d'usines de rang 1</b>		<b>414</b>	<b>387</b>	<b>405</b>	<b>388</b>	<b>590</b>
Chine			103	112	97	97
Bangladesh			64	61	60	51
Inde			42	49	46	40
Indonesie			1	1	1	1
Pakistan			7	7	6	8
Turquie			16	23	33	39
Maroc			4	4	4	0
Importateurs européens magasins			111	106	108	126
Importateurs européens web						187
Sri Lanka			1	1	1	0
Ethiopie			1	1	0	0
Vietnam			3	4	3	5
Cambodge			18	17	13	18

Myanmar			16	19	15	14
Others (Egypte, Tanzanie)					1	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>	
Chine	141	155	166	131	138	
Bangladesh	138	209	140	131	120	
Inde	92	89	74	86	75	
Indonesie	6	6	1	1	2	
Pakistan	9	14	17	13	17	
Turquie	17	17	20	57	59	
Maroc	13	16	1	0	0	
Importateurs européens	8	7	0	0	0	
Sri Lanka	0	0	2	1	0	
Vietnam	0	0	1	2	3	
Cambodge	4	3	4	3	5	
Myanmar	6	3	0	1	0	
Other	0	0	2	2	2	
<b>Nombre d'usines de rang 3 déclarées</b>						<b>33</b>
Chine						0
Bangladesh						21
Inde						10
Indonesie						0
Pakistan						2
Turquie						0
Maroc						0
Cambodge						0
Myanmar						0
<b>Conformité environnementale</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<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>
Chine	6	17	54	56	55	38

Bangladesh	19	32	30	43	69	58
Inde	0	0	4	19	25	25
Indonesie	0	0	0	1	0	1
Pakistan	0	0	1	14	17	12
Turquie	0	0	0	3	32	29
Cambodge	0	0	1	2	2	1
Myanmar						1
Vietnam					1	2
Egypte						1
Nombre d'audits environnementaux d'usines de rang 2 wet process		43	78	111	168	169
<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>% 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%

Conformité sociale	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Nombre d'audits sociaux d'usines de rang 1 et 2</b>	<b>607</b>	<b>835</b>	<b>832</b>	<b>1016</b>	<b>1167</b>	<b>1209</b>
Chine	218	255	288	328	350	321
Bangladesh	113	206	215	244	279	206
Inde	167	145	104	163	182	128
Indonesie	4	1	2	4	2	3
Pakistan	11	20	25	37	38	47
Turquie	9	21	27	78	145	148
Maroc	19	14	13	4	0	0
Importateurs européens magasins	5	125	123	106	113	124
Importateurs européens web						164
Sri Lanka	5	2	2	7	0	0
Ethiopie	0	1	1	0	0	0
Vietnam	6	6	6	5	9	11
Cambodge	28	21	12	22	17	30

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Myanmar	18	18	14	15	25	20
Autres	4	0	0	3	7	7
<b>% d'usines de rang 1 et 2 auditées</b>						<b>90%</b>
Chine						95%
Bangladesh						88%
Inde						85%
Indonesie						67%
Pakistan						88%
Turquie						85%
Maroc						0%
Importateurs européens magasins						97%
Importateurs européens web						85%
Sri Lanka						0%
Ethiopie						0%
Vietnam						100%
Cambodge						96%
Myanmar						86%
Autres						83%
<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))	90%	96%	97%	98%	90%	
<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)						55%
Chine						25%
Bangladesh						62%
Inde						87%
Indonesie						100%
Pakistan						91%
Turquie						72%
Maroc						0%

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Importateurs européens magasins						55%
Importateurs européens web						45%
Sri Lanka						0%
Ethiopie						0%
Vietnam						38%
Cambodge						55%
Myanmar						75%
Other						100%
<b>% des usines de rang 1 existante notée E ayant eu une meilleure note dans les 6 mois</b>					<b>91%</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>

# 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		24/01/19
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 acteurs 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 même poste, et le même niveau de maîtrise en fonction de l'ED. - Nombre de collaborateurs en congés de présence parentale ayant décidé de conserver leur mutuelle	1 fois/an		1/9/2021

Enjeux & stratégie	Agir pour l'environnement	S'engager socialement pour toutes et tous	Gouvernance & création de valeur	Annexes	Méthodologie & définitions	
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	23/08/21
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	28/09/22
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	17/06/99
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	24/02/2004
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	29/01/2010
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	1 fois/an	11/7/2014
Accord intéressement	Pouvoir d'achat	KIA + LOG + BUN		Non	Non	18/03/2022
Accord participation	Pouvoir d'achat	UES		Non	Non	16/05/2007
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	1 fois/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
Accord «Charges Horaires»	Equilibre vie professionnelle/ vie personnelle	KES	Règles et règlements pour favoriser l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.	Turnover & Absentéisme	3 fois /an
Accord «Benefits»	Bien-être au travail	KES	Avantages tels que des congés majorés, des anniversaires, des congés de maternité/paternité...		
Déconnexion Digital	Equilibre vie professionnelle/ vie personnelle	KES	Limitation de l'utilisation des dispositifs numériques pour permettre et accroître la déconnexion.	n/d	3 fois /an
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
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
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
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
Plan d'inclusion sociale	Inclusion	KES	Accord avec des associations pour l'insertion professionnelle des groupes défavorisés.	eNPS & Tx Engagement	4 fois /an
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	3 fois /an
Actionnariat	Pouvoir d'achat	KES	Possibilité de participer au plan d'actionnariat de KIABI.	Tx. Participation	3 fois /an

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



## 3. Italie

Type d'accord	Thématique	Société concernée	Objectifs de l'accord	KPI de l'accord
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
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
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
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.	absenteisme	Préalablement négocié avec les partenaires sociaux. Bilan et point d'amélioration x1 an
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

## 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	N/A

# 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 2023 (1 de enero - 31 de diciembre de 2023) y al ejercicio 2022. Han sido revisados de forma independiente por Mazars.**

## Calidad y medio ambiente

KIABI ha renovado el certificado ISO 14001 de gestión medioambiental e ISO 9001 de gestión de la

calidad, acreditado por AENOR. Esta certificación nos permite mejorar nuestros procesos internos y su eficacia de manera continua, aportando un valor añadido y asegurando que nuestros productos cumplen con las especificaciones legales y expectativas de nuestros clientes.

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 2023 en nuestros centros de trabajo fue de 15.276.043 Kwh mientras que el consumo en 2022 fue de 14 678 579 Kwh. El aumento en el consumo se debe a que se han realizado ocho aperturas de tiendas sucursales en el año 2023.
- Continuamos apostando por energía procedente de fuentes renovables (energía verde 100 %) y con certificados de garantía de origen.
- Colaboramos con empresas de Grupo a nivel SRS para fijar objetivos de reducción de consumo en colaboración con nuestro consultor energético.
- Sustitución de máquinas de clima más eficientes, ampliación de luminarias tipo LED, mejoras en la rotulación, instalación de baterías de condensadores en nuevas tiendas.
- 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) y punto verde.
- 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 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 precios 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 2030, 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 2023 y 2022 respectivamente.

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

KIABI España cerró 2023 con una plantilla de 1.265 personas repartidas por todo el país. A finales de 2023, contaba con 67 tiendas, incluida una franquicia, y servicios centrales.

### Número total de empleados

#### Año fiscal 2022

Número total de personas	Hombres	Mujeres	% hombres	% Mujeres
1372	177	1195	12,90%	87,10%

#### Año fiscal 2023

Número total de personas	Hombres	Mujeres	% hombres	% Mujeres
1265	155	1110	12%	88%

### Por categoría profesional

#### Año fiscal 2022

Categoría Profesional	Hombres	Mujeres	Total	% Hombres	% Mujeres
Directores	6	3	9	67%	33%
Gestores intermedios	43	104	147	29%	71%
Empleados	128	1088	1216	11%	89%
<b>Total general</b>	<b>177</b>	<b>1195</b>	<b>1372</b>	<b>13%</b>	<b>87%</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 2022**

Edad	Hombres	Mujeres	Total
<25	29	185	214
25-35	82	498	580
36-55	62	501	563
>55	4	11	15
<b>Total</b>	<b>177</b>	<b>1195</b>	<b>1372</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>1110</b>	<b>1265</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 2022

Tipo de contrato	Hombres	Mujeres	Total
Empleo a tiempo completo	59	183	242
Empleo a tiempo parcial	118	1012	1130
<b>Total general</b>	<b>177</b>	<b>1195</b>	<b>1372</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>1110</b>	<b>1265</b>

### Año fiscal 2022

Tipo de contrato	Ilimitado	Plazo fijo	Total
Empleo a tiempo completo	238	4	242
Empleo a tiempo parcial	786	344	1130
<b>Total general</b>	<b>1024</b>	<b>348</b>	<b>1372</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>1164</b>	<b>101</b>	<b>1265</b>

### Año fiscal 2022

Tipo de contrato	Hombres	Mujeres	Total
Ilimitado	141	883	1024
Plazo fijo	36	312	348
<b>Total general</b>	<b>177</b>	<b>1195</b>	<b>1372</b>

### Año fiscal 2023

Tipo de contrato	Hombres	Mujeres	Total
Ilimitado	141	1023	1164
Plazo fijo	14	87	101
<b>Total general</b>	<b>155</b>	<b>1110</b>	<b>1265</b>

## Por tipo de contrato y edad

### Año fiscal 2022

Edad	Empleo a tiempo completo	Empleo a tiempo parcial	Total
<25	0	214	214
25-35	69	511	580
36-55	167	396	563
>55	6	9	15
<b>Total general</b>	<b>242</b>	<b>1130</b>	<b>1372</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>1265</b>

## Año fiscal 2022

Edad	Ilimitado	Plazo fijo	Total	%Indefinido
<25	88	126	214	41%
25-35	409	171	580	71%
36-55	513	50	563	91%
>55	13	2	15	87%
<b>Total general</b>	<b>1023</b>	<b>349</b>	<b>1372</b>	<b>74,56%</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>1164</b>	<b>101</b>	<b>1265</b>	<b>92%</b>

## Por tipo de contrato y categoría profesional

## Año fiscal 2022

Categoría profesional	Ilimitado	Plazo fijo	Total	% Indefinido
Directors	9	0	9	100%
Intermediate managers	147	0	147	100%
Employees	868	348	1216	71%
<b>Total general</b>	<b>1024</b>	<b>348</b>	<b>1372</b>	<b>75%</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>1164</b>	<b>101</b>	<b>1265</b>	<b>92%</b>

Número de despidos por sexo, edad  
y clasificación profesional

## por grupo de edad y sexo

## Año fiscal 2022

Edad	Hombres	Mujeres	Total
<25	1	2	3
25-35	2	4	6
36-55	3	5	8
>55	1	1	2
<b>Total general</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>19</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 2022**

Categoría profesional	Total
Directores	1
Gestores intermedios	8
Empleados	10
<b>Total general</b>	<b>19</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**

La seguridad de nuestros compañeros es una prioridad. Por ello, las políticas de seguridad de KIABI España se centran en crear un entorno de trabajo de bienestar en todas sus dimensiones: seguridad, física, emocional y económica, ofreciendo una formación adaptada a los diferentes puestos que ocupan nuestros equipos desde su incorporación a la empresa.

En cuanto a la siniestralidad, en 2023 se produjeron 27 accidentes con baja (en 2022 se produjeron 29 accidentes con baja), todos ellos leves. 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	28	25
<b>Total</b>	<b>29</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 2023 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 2023, no se registró ninguna queja relacionada con el acoso según el informe indicado por el Comité de Investigación.

## 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	27 354	27 708
Hombres	5 204	4 817
<b>Total</b>	<b>32 558</b>	<b>32 525</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	399 215	100 558
Mandos Hombres	38,71	1 595 907	41 227
Empleados Hombres	72,05	1 447 243	20 088
Directivos Mujeres	3,00	293 840	97 947
Mandos Mujeres	89,27	2 921 804	32 729
Empleados Mujeres	628,80	12 587 740	20 019
Total Remuneración Hombres	114,73	3 442 364	30 005
Total Remuneración Mujeres	721,07	15 803 385	21 916

	Nº trabajadores	Total Remuneraciones	Media Remuneración
Directivos Hombres <25	0,00	-	-
Directivos Hombres 25-35	0,00	-	-
Directivos Hombres 36-55	3,97	399 215	100 558
Directivos Hombres >55	0,00	-	-
Mandos Hombres <25	0,00	-	-
Mandos Hombres 25-35	13,06	437 942	33 533
Mandos Hombres 36-55	24,65	1 089 348	44 193
Mandos Hombres >55	1,00	68 617	68 617
Empleados Hombres <25	12,77	259 736	20 340
Empleados Hombres 25-35	34,61	702 814	20 310
Empleados Hombres 36-55	23,07	459 035	19 897
Empleados Hombres >55	1,61	25 657	15 936

	Nº trabajadores	Total Remuneraciones	Media Remuneración
Directivos Mujeres <25	0,00	-	-
Directivos Mujeres 25-35	0,00	-	-
Directivos Mujeres 36-55	3,00	293 840	97 947
Directivos Mujeres >55	0,00	-	-
Mandos Mujeres <25	0,00	-	-
Mandos Mujeres 25-35	19,91	745 908	37 464
Mandos Mujeres 36-55	67,36	2 111 781	31 349
Mandos Mujeres >55	2,00	64 115	32 057
Empleados Mujeres <25	82,10	1 640 051	19 976
Empleados Mujeres 25-35	270,22	5 308 281	19 644
Empleados Mujeres 36-55	269,52	5 501 462	20 412
Empleados Mujeres >55	6,96	137 946	19 820

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.



# Méthodologie & définitions

06

## 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 2023;
- 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 2022.

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 2023 contiennent du cuir

→ 0,3 % (de tous nos achats hors chaussures) des collections ÉTÉ et HIVER 2023 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

## Période et périmètre du rapport

Période de reporting :

- Les données sociales, sociétales et environnementales portent sur la période du 1er janvier au 31 décembre 2023.
- Les données collection sont basées sur la période d'achat des collections été et hiver 2023.

## 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 marchands :** 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...).

## 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 enjeux et opportunités de la double matérialité

En 2023, nous avons réalisé notre première matrice de double matérialité et avons décidé de l'intégrer à la DPEF. 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 tableau ci-dessous).

Certains risques n'ont pas de correspondance avec les enjeux double matérialité comme par exemple la santé-sécurité des collaborateurs, la

santé-sécurité des clients ou encore le risque de corruption. Ces enjeux n'ont pas été retenus comme les plus matériels pour KIABI. Nous avons néanmoins reporté certains indicateurs en lien avec ces thématiques.



Axe	Enjeux	Principaux risques extra-financiers	Enjeux CSRD identifiés	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>	#3 Changement climatique #4 Accès aux matières premières #8 Consommation d'eau #9 Pollution eau #10 Erosion biodiversité #14 Pollution des sols #15 Utilisation des sols	<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>	#2 Réduction réutilisation et recyclage	<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>	N/A - enjeu non retenu comme matériel	• Net Promoter Score
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>	#6 Conditions de travail	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turnover</li> <li>• Great Place To Work Trust index</li> </ul>
	Santé – sécurité des collaborateurs	Dégradation de la santé/sécurité des collaborateurs pouvant amener : - 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) - des troubles psychologiques suite à des agressions notamment en magasin - des accidents du travail - une fragilité psychique des populations impactées par les changements d'organisation - des maladies ou anxiété en cas d'épidémie	N/A - enjeu non retenu comme matériel	<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>	#13 Gestion des compétences et attractivité	<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> <li>• Atteintes aux Droits de l'homme (travail des enfants, travail forcé, discrimination, harcèlement, liberté syndicale, non-respect des règles de l'OIT...)</li> <li>• Non respect des règles relatives à la rémunération et au temps de travail</li> </ul>	#6 Conditions de travail	<ul style="list-style-type: none"> <li>• % des usines auditées A et B T1&amp;2 -Textile, accessories &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>
Gouvernance	Ethique	Risque de corruption, notamment dans certaines filiales dans la relation avec les Parties prenantes en raison de nos volumes d'achat importants	N/A - enjeu non retenu comme matériel	

# 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 milieux 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 événements extrêmes, augmentation des précipitations, acidification des océans.

**Pollutions :** des substances toxiques sont émises et se dispersent dans l'air, se disséminent dans l'eau, se déversent dans le sol.

### 3. BILAN CARBONE : les scopes 1-2-3 recouvrent : (source I Care and Consult, adapted from GHG Protocol)

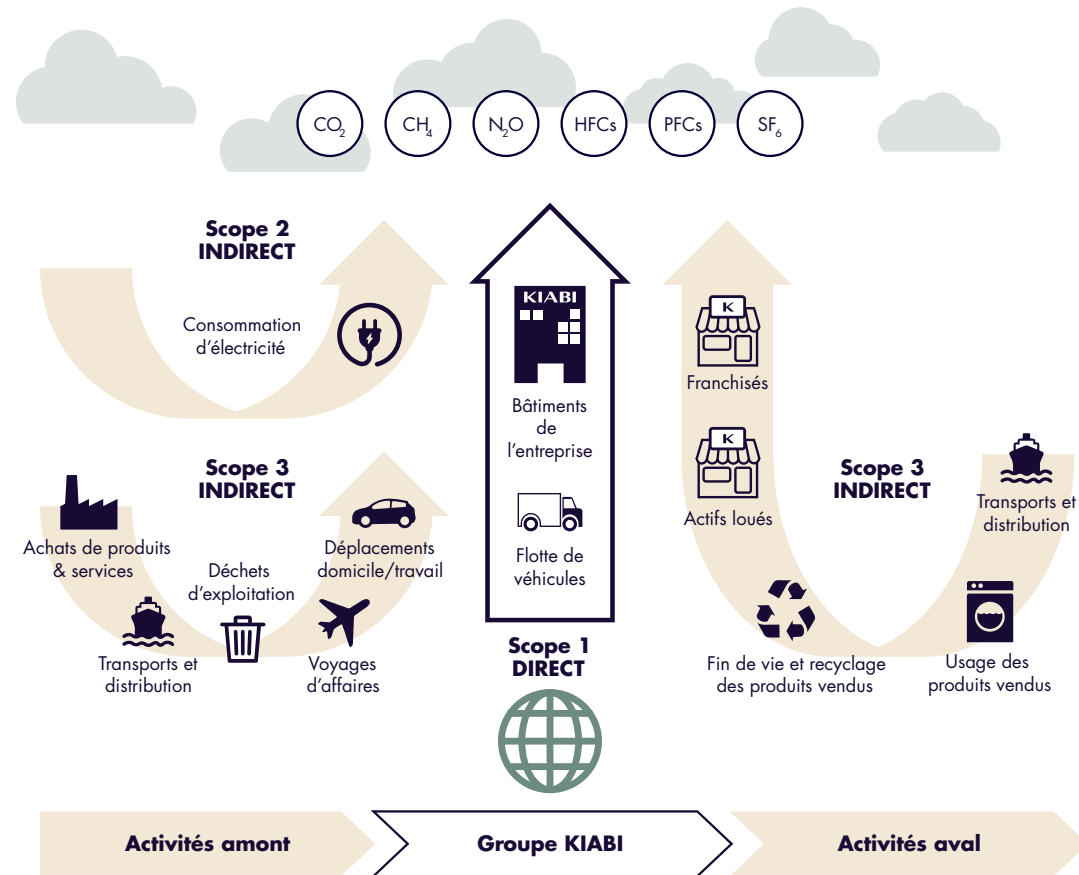
### 4. LES FIBRES TEXTILES

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

### Les fibres naturelles

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

- **Coton :** utilisé chez KIABI.



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

$$\text{Carbon diagnosis (tCO}_2\text{e)} = \text{Physical and monetary streams (tons, €, m}^2\text{, kWh ...)} \times \text{Emissions factors (tCO}_2\text{e / quantity)}$$



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 0,4% 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.
- **Elasthanne (commercialisé sous les appellations Spandex ou Lycra)** : utilisé chez KIABI.

Les matières synthétiques (polyester, polyamide, acrylique, élasthanne) 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.

**Délavage** : processus qui permet de donner à un produit fini

(confectionné) un aspect vieilli, délavé. Souvent utilisé pour les pantalons denim. Le délavage « 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.

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

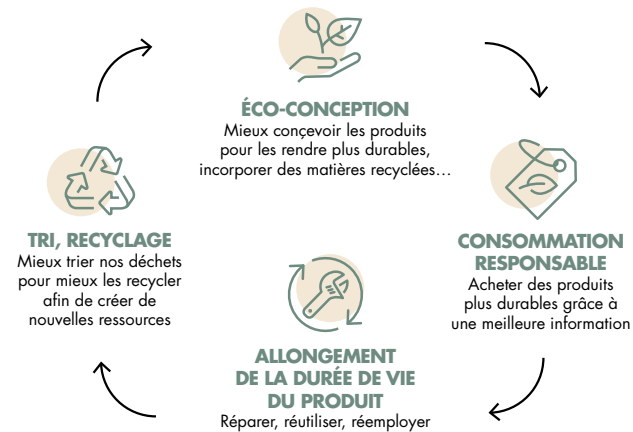
## 7. ÉCONOMIE CIRCULAIRE

« **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)

### Modèle de l'économie circulaire

Gestion durable des ressources  
(extraction, exploitation raisonnée)



## 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 (vs poids moyen de référence en N-1).
- Modification de certains facteurs d'émission de fabrication produits pour alignement avec les facteurs d'émissions utilisées dans le calcul de la note environnementale au produit.
- 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.

#### 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 (vs poids moyen de référence 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 (vs poids moyen de référence 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 2023) / (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 N) -1

### % d'évolution des émissions carbone scope 1/2/3 en intensité produit vendu par rapport à 2018

Définition : Evolution de l'intensité carbone au produit vendu par rapport à l'année de référence 2018

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 2018 / total des quantités vendues en 2018) -1

## 2. INDICATEURS EAU

### Consommation d'eau de nos propres sites

Définition : consommation d'eau de l'ensemble de nos sites détenus en propre (magasin succursales, entrepôt, et bureaux).

## 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

#### 1. Produits Textiles :

Les parties textiles des 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

#### 2. 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.

#### 3. 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 processus 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 2nd main (corners, plateforme C2C, Kidkanai) sur le total des quantités vendues du groupe.

Formule de calcul : total des quantités vendues en 2nd 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 2nd 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).

##### Tonnes de textiles et chaussures collectées

Définition : Tonnes de textiles et chaussures collectées auprès de nos clients dans l'ensemble de nos pays via les dispositifs suivants :

- Collecte en magasin et sur les parking de nos magasins (incluant les collectes gérées par un partenaire externe tel «Le Relais»).
- Collecte réalisée par le service innovation via les KIABI Bags, La Kollect, la Kollect Kids (via les écoles) et la Kollect mag.

##### % de textiles collectés en France vs mis sur le marché (vendus) en N-2

Formule de calcul : tonnes de textiles et chaussures collectées / tonnes de textiles et chaussures mis sur le marché en N-2

Nous considérons une durée de vie en moyenne de nos produits de 2 ans, c'est pourquoi nous comparons nos mises sur le marché N-2 avec notre collecte N.

Périmètre :

- Monde y compris ventes réalisées via nos franchisés, affiliés, shop in shop et digital.

## 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 :  $((\text{Nb de départs sur l'année N} + \text{nb d'embauches sur l'année N}) / 2) / \text{effectif au 01/01/N}$

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 :  $\text{Nb de jours calendaires d'absence} / \text{nb de jours calendaires de contrat en N}$

- 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 :  $\text{Nb de journées calendaires d'absence (nombre de jours d'absence maternité, accident du travail...)} / \text{Nb de journées calendaires (une personne présente toute l'année = 365)}$ . 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 :  $\text{Nb d'AT} * 1000000 / \text{nb d'heures travaillées}$   
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 :  $\text{Nb de maladies professionnelles déclarées en N} / \text{Nb de collaborateurs au 31/12/N}$

Périmètre : CDD, CDI et alternants

**2. INDICATEURS DIVERSITÉ****% de collaborateurs en situation de handicap**

Formule de calcul :  $\text{Nb de collaborateurs reconnus handicapés sur l'année} * 100 / (\text{nb total CDI \& CDD yc alternants présents au 31/12/2022})$

Les notions de travailleurs handicapés peuvent varier entre les pays selon la législation (notamment en Asie).

Périmètre : CDI, CDD (surcroît 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 2022. 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 2022.

- 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 :  $\text{Nb de Kiabers formés ayant au moins eu une formation non obligatoire sur l'année N} / \text{Nb de matricules ayant été sous contrat au cours de l'année 2022 quelque soit sa durée}$

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 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)

### Nb 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  $C < 3, D < 2, E=0$

**C** =  $\geq 85\%$  ET pas de "zero tolerance violation" ET aucun point critique ET  $D < 3, E=0$

**D** =  $80\%$  ET pas de "zero tolerance violation" ET point "zero tolerance violation" critique  $\leq 2$  and  $E < 3$

**E** =  $< 80\%$  ET/OU une "zero tolerance violation" ET/OU point "zero tolérance 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 2022 et juin 2023 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>er</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'affaires.



# KIABI

**Contact RSE KIABI**

rsekiabi@kiabi.com

Conception éditoriale

INSPIRE - Marie Chaillou - mariechaillou@inspire-transition.com

Conception graphique

LIKE A FREE - Eric Deregnaucourt - eric@likeafree.fr



[kiabi.com](https://www.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.mazars.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 2023

#### BUNSHA INTERNATIONAL

Société Anonyme au capital de 416 454 146 €  
Siège social : 100 rue du Calvaire, 59519 HEM  
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 2023

Aux actionnaires,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant, membre du réseau Mazars, commissaire aux comptes de la société BUNSHA INTERNATIONAL, accrédité par le COFRAC Inspection 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 2023, 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.

#### 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

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

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 plan de vigilance et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale) ;
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

## Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

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

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. 822-11 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 6 personnes et se sont déroulés entre novembre 2023 et mars 2024 sur une durée totale d'intervention de 6 semaines.

Nous avons mené une dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration, représentant notamment les directions juridiques, 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'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;

- nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225 102 1 en matière sociale et environnemental ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques et comprend, le cas échéant, une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2<sup>ème</sup> alinéa du III de l'article L. 225-102-1 ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques ;
- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
  - 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 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.

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,  
Mazars SAS

Paris La Défense, le 12/04/2024

Eddy Bertelli  
Associé

Edwige Rey  
Associée RSE &  
Développement Durable

<sup>1</sup> Kiabi France, Kiabi Espagne et Kiabi Portugal

## 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
- Erosion biodiversité
- Sécurité informatique
- Durabilité des produits
- Gestion des compétences et attractivité
- Pollution des sols
- Utilisation des sols
- Egalité 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, Portugal, Groupe
Turnover	France, Espagne
Taux de fréquence des accidents du travail	Espagne
% de collaborateur en maladie professionnelle	Espagne
Taux d'absentéisme	Espagne
Nombre de licenciements différenciés 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
% de salariés couverts par une convention collective	Espagne
% de satisfaction des Kiabers	Espagne

Indicateur	Périmètre d'audit
% de Kiabers formés pour développement des compétences	France, Portugal, Groupe
% de nouvelles usines de rang 1 référencées évaluées par un audit social A, B ou C	Groupe
% d'usines existantes évaluée E socialement dont le niveau s'est amélioré ou la relation arrêtée dans les 6 mois (rang 1)	Groupe
%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
% de Kiabers actionnaires	Groupe
Nb 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
% de collaborateurs à capacité différente	France, Espagne, Groupe
Répartition de la part des collaborateurs à capacité différente par BU	France, Groupe
% offre éco-conçue hors article exclus web, chaussures et accessoires (en pièces)	Groupe
% d'évolution des émissions carbone en valeur absolue vs 2022 tous scopes 1,2 et 3	Groupe
Consommation d'eau en m3 (uniquement sur scope 1 et 2 pour 2023)	Groupe
% de quantités vendues en 2nd main omnicanale	Groupe
% de produits achetés niveau feuille 1 & niveau feuille 2	Groupe
% d'évolution des émissions carbone scope 1/2/3 en intensité produit vs 2018	Groupe
Volume de textiles et chaussures usagés collectés auprès de nos clients (ou citoyens)	Groupe
Répartition des achats de fibres en poids	Groupe
% volume d'affaires durable	Groupe