



# DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE DU GROUPE KIABI

# 2022



# KIABI

\* « KIABI agit pour un monde meilleur »

# SOMMAIRE

- 06 **Modèle d'affaires**
- 09 **Gouvernance**
- 11 **Risques et opportunités**

## 12 AGIR POUR L'ENVIRONNEMENT

- 14 **Bilans carbone et biodiversité**
- 17 **Concevoir des produits plus durables**
- 20 **Optimiser le transport**
- 22 **Optimiser la gestion de la fin de vie de nos produits**
- 23 **Guider nos clients vers une consommation plus responsable**

## 24 AGIR POUR LES FEMMES ET LES HOMMES

- 26 **Accompagner les Kiabers**
  - 27 - Améliorer la qualité de vie et les conditions de travail
  - 29 - Préserver la santé et la sécurité des Kiabers
  - 31 - Favoriser le bien-être et la performance grâce à la diversité
  - 33 - Ecouter et partager, bases de notre culture managériale
  - 34 - Former les Kiabers pour répondre aux enjeux de demain
  - 35 - Recruter et manager les talents pour préparer l'avenir du groupe
- 36 **Satisfaire nos clients**
  - 36 - Garantir la qualité de nos produits pour nos clients
  - 36 - Mesurer le niveau de recommandation de nos clients
- 37 **Travailler avec Ethique**
  - 37 - Agir avec éthique
  - 39 - Respecter les droits humains

## 43 AGIR POUR UNE MODE INCLUSIVE

- 45 **Imaginer des collections pour tous**
- 47 **Intégrer et former les jeunes talents**
- 48 **Développer une mode plus solidaire avec le Petit Magasin**
- 49 **Favoriser l'inclusion avec le fonds de dotation KIABI Life**
- 50 **Mener des actions solidaires pour et avec nos clients**

## 51 ANNEXES

- 52 **Détail des indicateurs de 2018 à 2022**
- 60 **Détail des accords collectifs par pays**
- 64 **Partenariats**
- 66 **Annexe spécifique à l'Espagne**

## 72 METHODOLOGIE ET DEFINITIONS

# GOUVERNANCE ET STRATÉGIE

MODÈLE D'AFFAIRES DU GROUPE KIABI

GOUVERNANCE ET STRATÉGIE DU GROUPE

CARTOGRAPHIE DES RISQUES EXTRA-FINANCIERS



# 40 ANS DE MODE À PETITS PRIX



# VISION 2030



## Devenir la marque préférée des familles

#Signature relationnelle  
#Inclusivité #Connaissance client



## Être commerçant local

#Autonomie #Entrepreneur  
#Diversification des modèles de commerce

“ FACILITER LA VIE DES FAMILLES  
EN TISSANT ENSEMBLE UNE MODE POSITIVE  
ET DES SOLUTIONS DURABLES ”



## Démocratiser des produits et services à impact positif

#Co-création #Durable #Justes #Petits prix



## Devenir des Kiabers entrepreneurs ouverts sur notre écosystème

#Animation locale #Partenariat #Communauté

# UN MODÈLE D'AFFAIRES AU SERVICE DE NOTRE VISION

## Ressources

### Les Femmes et les Hommes

- **9 536** Kiabers dont **82%** de femmes
- **3%** de Kiabers à capacité différente
- **69** nationalités présentes dans nos 11 pays

### Des équipes engagées pour l'amélioration de la conception et de la production des produits

- **249** Kiabers aux collections
- **1** équipe dédiée à l'éco-conception - **4** personnes
- **1** équipe dédiée à l'achat des matières premières - **12** personnes
- **34** partenaires dont les usines utilisent des énergies renouvelables > **5%**

### Une chaîne de valeur autour de notre mission

- **204** fournisseurs marchands
- **1 167** audits sociaux réalisés et **201** audits environnementaux
- **3** entrepôts
- **550** points de contact (dont **211** en partenariat)
- **82** partenaires franchisés et affiliés
- **122** points de contact 2nde main

### Des liens avec la société civile

- **23,6 millions** de clients
- **11** partenariats avec des associations d'insertion professionnelle
- **9** partenariats autour des droits de l'Homme et de la mode durable
- **28** associations partenaires à travers notre Fonds de dotation KIABI Life

### Une structure financière saine

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

### Une foncière pour réenchanter les lieux de commerce

- **98 sites** détenus par Etixia



## Valeur créée

### Les Femmes et les Hommes

- **74%** des Kiabers satisfaits (trust index GPTW)
- **73%** de salariés actionnaires
- **7 753** Kiabers formés
- **75%** des Kiabers en Contrat à Durée Indéterminée

### Des équipes engagées pour l'amélioration de la conception et de la production des produits

- **+ 36 000** références coloris dont **38,9%** éco-conçues
- **86%** de chiffre d'affaires réalisé avec des produits éco-conçues
- **2,7 millions** de tonnes eq CO<sub>2</sub> / **8,8 kg** eq CO<sub>2</sub> au produit

### Une chaîne de valeur autour de notre mission

- **90%** des usines fournisseurs de rangs 1 et 2 conformes en responsabilité humaine et **86,5%** en responsabilité environnementale
- **75%** du chiffre d'affaires en propre (25% en partenariat)
- **750 000** pièces vendues en 2nde main

### Des liens avec la société civile

- Un NPS clients de **68**
- **93 502** familles bénéficiaires des boutiques solidaires
- **1,4 M€** de dons à des associations

### Une structure financière saine

- Évolution moyenne annuelle de la valeur de part du FCPE de **6,8%** sur **5** ans
- **+10%** de chiffre d'affaires hors taxes soit **2,1 milliards** d'euros

### Une foncière pour réenchanter les lieux de commerce

- **38 millions** d'euros de valeurs locatives

## Nos parties prenantes prenantes

Chez KIABI, nous croyons au dialogue, c'est pourquoi, nous nous efforçons de maintenir un dialogue continu et créateur de valeur avec l'ensemble de 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, ONG** 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

# KIABI DANS LE MONDE



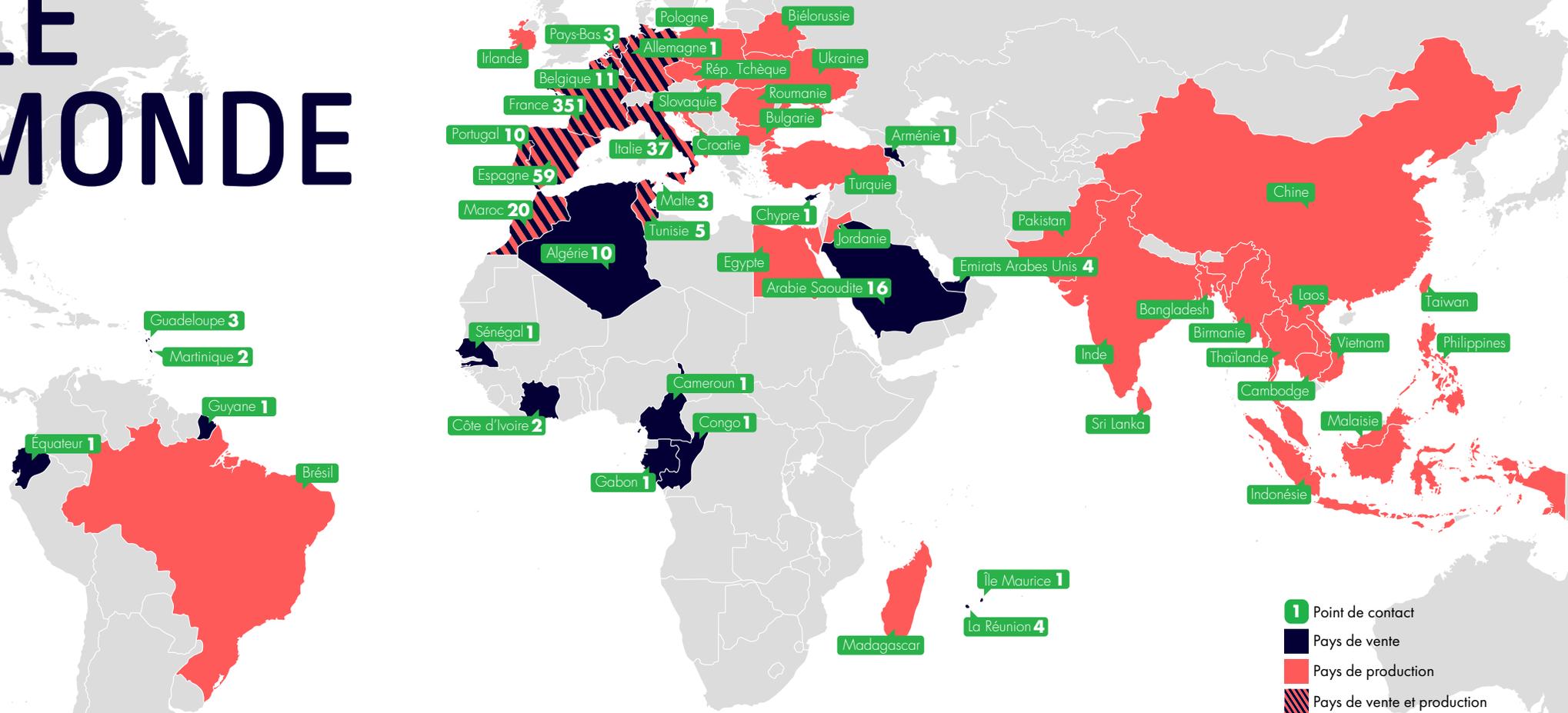
**550** POINTS DE CONTACT\*



**204** FOURNISSEURS MARCHANDS  
**82** FRANCHISÉS ET AFFILIÉS



**38** PAYS DE PRODUCTION  
**26** TERRITOIRES DE VENTES



# GOUVERNANCE ET STRATÉGIE DU GROUPE KIABI

## La gouvernance du groupe KIABI

Le Groupe KIABI est une entreprise à actionnariat familial et salarié. Actionnaires de l'entreprise, les Kiabers ne sont pas une simple partie prenante mais une partie constituante, au cœur de son modèle.

Le Conseil d'Administration a pour missions principales l'adoption des orientations stratégiques et le suivi 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 de l'entreprise et la défense de l'intérêt social, en prenant en considération les enjeux sociaux et environnementaux de son activité.

## Une gouvernance RSE intégrée

Nous œuvrons pour que nos politiques et engagements sociétaux soient intégrés à nos activités. Ces enjeux de durabilité doivent être intégrés à la façon dont nous exerçons nos métiers. Pour que nos décisions et plan d'actions se concrétisent efficacement dans toute l'entreprise, des chefs de projets métiers, des référents et des ambassadeurs RSE s'impliquent dans son déploiement au sein de nos Business Units et des services supports.

En 2022, le département RSE a été rattaché à La Direction de la Marque et Clients. Cette décision est le reflet de notre conviction que nos engagements sociétaux doivent faire partie de la marque de façon intemporelle. Nous sommes aussi convaincus que nos clients sont une partie prenante essentielle dans notre transformation durable. Ils doivent adhérer et participer à notre transformation, nous aimer pour cela. Nous avons aussi une responsabilité de les accompagner dans leurs nouveaux modes de consommation plus raisonnés. Notre pôle RSE accompagne la Direction Générale dans la prise de décision et coordonne l'ensemble des plans d'actions au niveau monde. En 2022, nous avons aussi décidé de rattacher l'équipe en charge de l'éco-conception des produits à la Direction des Collections, originellement rattachée au pôle RSE. Nous avons souhaité que les enjeux autour des produits, (choix des matières, eco-design, recyclabilité...), soient au cœur des problématiques de chefs de produits / marché.

Notre objectif est bien que chaque Direction dispose d'une feuille de route RSE claire en lien avec son métier.

En 2022, nous nous sommes essentiellement appuyés sur des référents qui co animent avec l'équipe RSE la mise en œuvre de la stratégie de



KIABI dans les différents services ou filiales. Pour certains missionnés sur leur temps de travail – un pourcentage de leur temps hebdomadaire - ils partagent avec les Kiabers de leurs entités les informations relatives à la RSE et remontent leurs demandes. Ils contribuent aussi à l'écriture de la feuille de route RSE pour leur périmètre ainsi qu'au suivi de son déploiement au travers d'indicateurs-clés adaptés pour certains métiers.

Les ambassadeurs ont la mission, en magasin France par exemple ou encore au sein d'une filiale ou encore auprès d'un affilié ou franchisé, de partager les informations liées à la RSE, de remonter les questions locales et d'organiser chaque année une action RSE par magasin.

## Une avancée mesurée qui doit être mise en perspective d'un cap commun

Nous progressons chaque jour davantage pour contribuer à construire un monde plus solidaire et plus respectueux de la planète. Chacune de nos filiales, chacun de nos grands services opérationnels connaît désormais ses grands enjeux sociaux et environnementaux et les intègre dans ses opérations et tableaux de bord. Nous mesurons l'impact de nos actions sur la base d'indicateurs partagés.

**NOUS AVONS BATI UN TERREAU D'ACTIONS FORMIDABLES DEPUIS PLUSIEURS ANNEES. L'ENJEU 2023 SERA DE DEFINIR UN CAP EXTRA-FINANCIER A HORIZON 2030 AMBITIEUX QUI DOIT NOUS AMENER A RESPECTER LES ACCORDS DE PARIS.**

## La stratégie du groupe KIABI

En co construisant avec nos collaborateurs la vision de l'entreprise, en libérant leurs initiatives et leur audace, KIABI s'applique à faire grandir les talents dans un environnement épanouissant, à partager avec eux le fruit des performances du groupe.

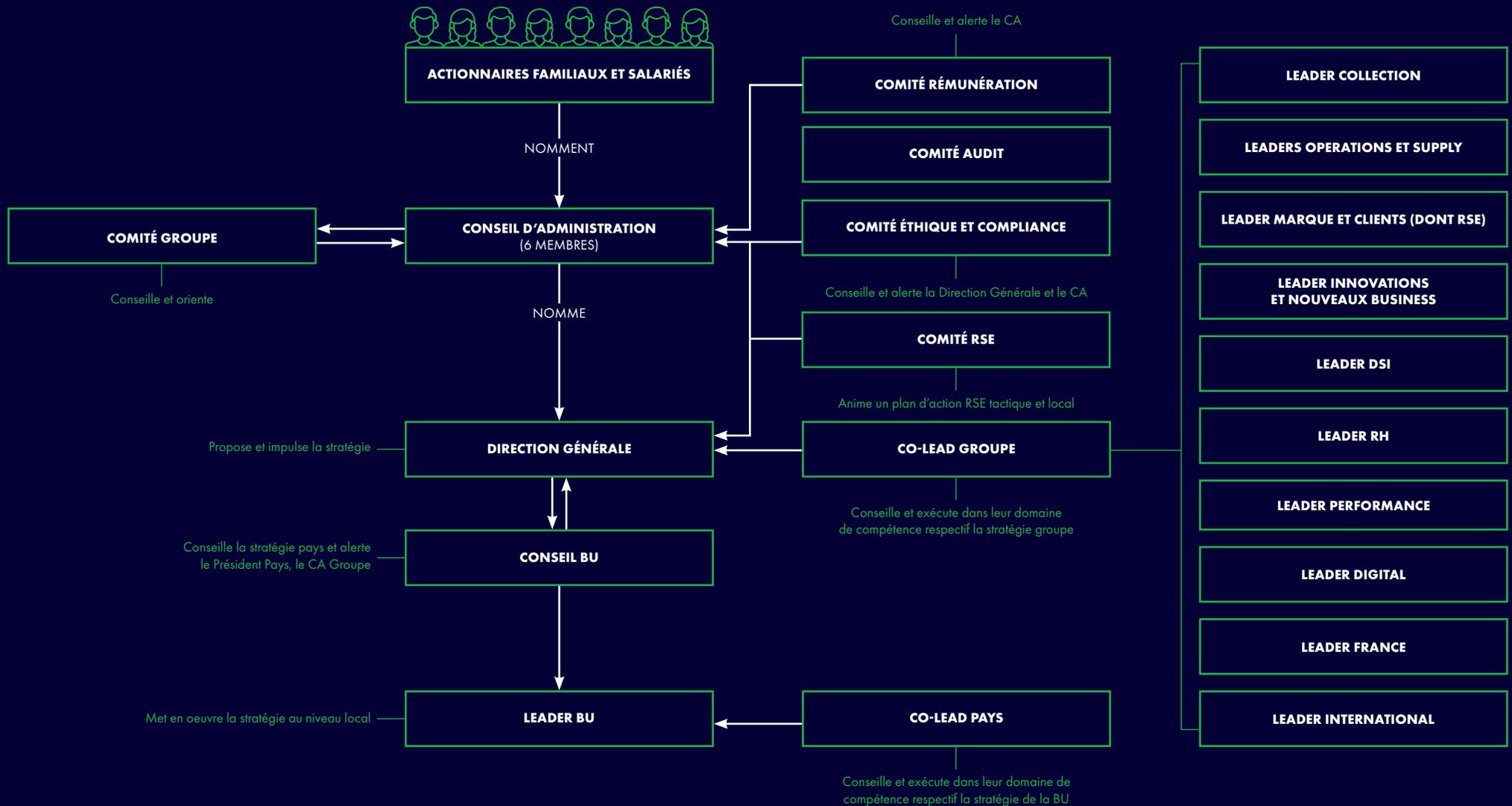
En 2021 nous avons partagé notre nouvelle vision à horizon 2030 « faciliter la vie des familles en tissant ensemble une mode positive et des solutions durables ».

Cette vision met la rse au centre de la stratégie de l'entreprise et l'infuse dans tous nos services et filiales.

Sur cette base, chaque année un plan à 3 ans est écrit et validé par notre Conseil d'Administration. Il donne une vue moyen terme des objectifs de développement et de résultats que se fixe l'entreprise, ainsi que les challenges à relever. La feuille de route annuelle, plus opérationnelle, est ensuite déclinée dans chaque filiale et service. Elle permet d'identifier les priorités et plans d'actions de chaque métier pour l'année.



# FONCTIONNEMENT DE LA GOUVERNANCE



# LES ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX POUR 2025



## Environnement

**0** produit chimique dangereux dans les process de fabrication et les produits finis

**-25%** d'intensité carbone au produit

**100%** des usines à procédés très consommateurs d'eau auditées sur le volet environnemental et conformes

**50%** d'énergies renouvelables dans nos propres activités

**2000** tonnes de textiles et chaussures usagés collectés auprès de nos clients

Part de l'aérien inférieure à **2%** dans nos transports de marchandises

**100%** des produits textiles achetés pour nos collections été et hiver 2025 éco-conçus

**0%** de plastique vierge à usage unique dans les emballages produits

## Les femmes et les hommes

**80%** de Kiabers satisfaits (trust index GPTW)

+ de **200** emplois d'insertion créés par les activités de KIABI

+ de **400 000** bénéficiaires des boutiques solidaires « Le Petit Magasin »

**100%** des nouvelles usines référencées conformes sur le volet social

**100%** des fournisseurs de rang 1 évalués selon des critères RSE (évaluation externe ou interne)

## Gouvernance et valeurs partagées

**100%** des Kiabers / fournisseurs / partenaires signataires de notre code de conduite

**100%** des Kiabers en Contrat à Durée Indéterminée peuvent être actionnaires de l'entreprise

# LA CARTOGRAPHIE DES RISQUES EXTRA-FINANCIERS (y compris le plan de vigilance)

Thème	Enjeux	Principaux risques extra-financiers	Indicateurs clés de suivi
<b>Environnemental</b>	Impacts environnementaux liés à la production des articles KIABI	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dégradation de la biodiversité</li> <li>Épuisement des ressources non renouvelables</li> <li>Changement climatique (hausse des émissions de gaz à effet de serre)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>% achats par matière (en poids)</li> <li>% de fibres durables dans nos vêtements (en pièces)</li> <li>% de produits éco-conçus achetés (en pièces)</li> <li>% de pièces conçues via un procédé de transformation à plus faible impact (en pièces)</li> <li>Nombre d'audits d'usines sur la partie environnement par pays pour les fournisseurs de rang 1 et 2</li> <li>% des audits environnementaux d'usines notés A, B ou C</li> <li>% d'usines de rang 2 aux procédés très consommateurs d'eau auditées</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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Volume de textiles et chaussures usagés collectés auprès de nos clients et valorisés (recyclage, revente, réemploi)</li> <li>% de textiles collectés en France vs mis sur le marché (vendus) en N-2</li> </ul>
	Santé - sécurité des client-es	<ul style="list-style-type: none"> <li>Non-conformité réglementaire (REACH...)</li> <li>Atteinte à la santé / sécurité des clients (Troubles médicaux, Invalidité, Blessures)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre d'alertes clients liées à des problématiques de santé / sécurité des produits</li> <li>Nombre de références retirées de la vente</li> </ul>
<b>Social</b>	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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Turnover</li> <li>% de satisfaction des Kiabers (trust index GPTW)</li> </ul>
	Santé – sécurité des collaborateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dégradation de la santé / sécurité des collaborateurs pouvant amener :               <ul style="list-style-type: none"> <li>des troubles musculo-squelettiques liés aux activités en logistique et en magasin générant des arrêts de travail répétitifs, des invalidités partielles (et au final une diminution de ressources)</li> <li>des troubles psychologiques suite à des agressions notamment en magasin</li> <li>des accidents du travail</li> <li>une fragilité psychique des populations impactées par les changements d'organisation</li> <li>des maladies ou anxiété en cas d'épidémie</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Taux de fréquence des accidents du travail</li> <li>% de l'effectif en maladie professionnelle</li> <li>Taux d'absentéisme</li> </ul>
	Gestion des compétences et de l'employabilité des collaborateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Obsolescence des compétences via un manque d'accompagnement de KIABI</li> <li>Incapacité à attirer, garder et motiver les talents nécessaires au bon fonctionnement et au bon développement des activités de l'entreprise</li> <li>Perte d'attractivité auprès de potentiels candidats</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre d'heures de formation</li> <li>Nombre moyen d'heures de formation par collaborateur formé</li> <li>% de Kiabers formés</li> </ul>
<b>Social / Sociétal</b>	Santé - sécurité des ouvriers + droits humains	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manque de garanties 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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>% de fournisseurs de rang 1 formés au code de conduite KIABI</li> <li>Nombre d'audits d'usines sur le volet social par pays pour les fournisseurs de rang 1 et 2</li> <li>% d'audits sociaux d'usines notées A, B ou C donc évaluées conformes</li> <li>% de nouvelles usines référencées A, B ou C (rang 1)</li> <li>% d'usines de niveau E ayant une meilleure note après 6 mois (rang 1)</li> </ul>
	Éthique	<ul style="list-style-type: none"> <li>Risque de corruption, notamment dans certaines filiales dans la relation avec les Parties prenantes en raison de nos volumes d'achat importants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comité Ethique et Compliance KIABI</li> </ul>

Pour KIABI, un risque extra-financier est la possibilité que nos activités impliquent des conséquences pouvant affecter l'environnement, les femmes et les hommes et/ou la réputation de KIABI. Nous mettons en place des actions pour identifier, prévenir, gérer et maîtriser ces risques et ce grâce à un monitoring des indicateurs clés de performance (précisés ci-dessus), à la mise en place de politiques internes et de plans d'actions sur l'ensemble de notre chaîne de valeur.

Ce tableau présente et décrit les principaux risques extra-financiers identifiés. La cartographie des risques est mise à jour tous les 2 ou 3 ans par l'équipe d'audit interne en lien avec l'équipe RSE. La méthodologie d'élaboration de cette cartographie est précisée en annexe.

Autres risques considérés : La protection des données personnelles des clients et collaborateurs est importante. Nos équipes sont mobilisées sur ce sujet, conseillées par notre Data Protection Officer. La divulgation ou perte de données accidentelles sont des risques identifiés et pilotés. Ils ne ressortent pas dans le cadre du devoir de vigilance où nous focussons sur les risques spécifiques liés à notre chaîne d'approvisionnement. D'autres risques existent mais sont considérés comme moins significatifs.

# AGIR POUR L'ENVIRONNEMENT

BILANS CARBONE ET BIODIVERSITÉ

CONCEVOIR DES PRODUITS PLUS DURABLES

OPTIMISER LE TRANSPORT

OPTIMISER LA GESTION DE LA FIN DE VIE DE NOS PRODUITS

GUIDER NOS CLIENTS VERS UNE CONSOMMATION PLUS RESPONSABLE



# RAPPEL DES ENJEUX

- ▣ Réduire les impacts environnementaux liés à la production et la fin de vie de nos produits



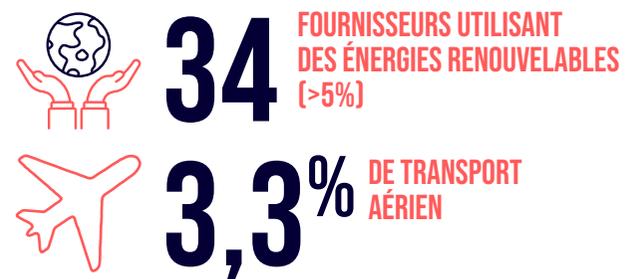
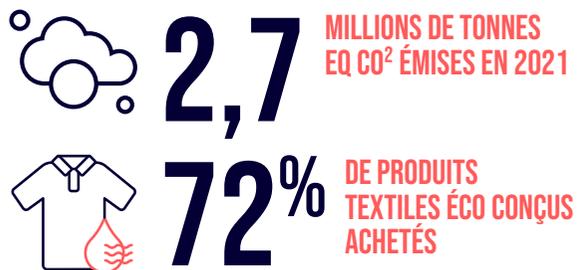
## Les faits marquants 2022

- ▣ Réalisation du **bilan carbone scope 1-2-3** et analyse de risques sur la biodiversité sur la base des données 2021 réalisés par le cabinet Quantis ;
- ▣ Poursuite de nos actions en faveur du **développement de produits moins impactants** (matières premières plus durables, éco process...);
- ▣ **Mise en place d'un partenariat avec Oritain** pour réaliser une cartographie de l'origine des cotons utilisés par nos principaux fournisseurs dès 2023 ;

- ▣ Participation aux groupes de travail français et européens sur la **note environnementale** des produits ;
- ▣ Réalisation du 1er sondage de nos fournisseurs sur l'intégration des **énergies renouvelables dans leurs process** ;
- ▣ **Baisse du transport aérien** grâce à un pilotage plus volontariste ;

- ▣ **Développement des collectes de vêtements de seconde main** en magasin, via les KIABI Bags et dans les écoles ;
- ▣ **Déploiement de la 2<sup>de</sup> main** avec l'ouverture d'un concept store Kidkanaï, et 81 corners supplémentaires dans les magasins KIABI

## Les résultats 2022



# BILANS CARBONE ET BIODIVERSITÉ

**Nous avons réalisé notre premier bilan carbone scope 1-2-3 au niveau mondial en 2019 et notre premier bilan biodiversité en 2020 sur la base de nos données 2018. Ces bilans nous ont permis de prendre conscience de nos volumes d'émissions de CO<sub>2</sub>, de comprendre leurs répartitions dans le cycle de vie de nos produits et de réaliser les impacts que notre activité peut avoir sur la biodiversité en termes de consommation d'eau, de pollution des eaux douces et marines, d'occupation et de pollutions des sols...**

En 2022, nous avons réactualisé ces bilans carbone scope 1-2-3 et biodiversité, avec le cabinet Quantis, sur la base de nos données 2021. Nous souhaitons valider la cohérence et la pertinence des actions déjà mises en place et trouver de nouveaux leviers d'actions. Nous avons profité de ces études pour réaliser notre trajectoire carbone à horizon 2030. Nous l'avons comparée à celle que nous devrions atteindre si nous respectons les Accords de Paris visant à limiter la hausse globale des températures à 1,5°C. Cette comparaison révèle que nos actions planifiées à ce jour ne sont pas suffisantes pour atteindre nos objectifs de réduction de nos émissions de CO<sub>2</sub> en valeur absolue. Nous allons donc travailler en 2023 à la modélisation d'actions complémentaires pour répondre à l'objectif fixé dans les Accords de Paris.

## En parallèle, la démarche CAP 1.5°C

CAP 1.5°C est la première réplique de la CEC (Convention des Entreprises pour le Climat) dans un format adapté aux entreprises de l'AFM (Association Famille Mulliez) mené par Acts&Facts\*  
\*Expliqué en annexe

Ce parcours, destiné aux dirigeants des entreprises de l'AFM, avait pour but de construire et challenger les stratégies et feuilles de route dans un schéma de rupture, pour transformer les modèles d'affaires, en conscience des limites planétaires et des Accords de Paris.

► **L'objectif de la démarche : passer d'un modèle basé sur l'extraction à un modèle basé sur la régénération.**

## LE SAVIEZ-VOUS ?

### le Fashion Pact

Le Fashion Pact est une coalition mondiale d'entreprises de la mode et du textile (prêt-à-porter, sport, lifestyle et luxe) ainsi que de fournisseurs et distributeurs, engagés autour de grands objectifs environnementaux centrés sur trois thématiques : l'enrayement du réchauffement climatique, la restauration de la biodiversité et la protection des océans. KIABI est membre de cette coalition depuis sa création en 2019.

## Comprendre notre bilan carbone

Les conclusions du bilan carbone scope 3 réalisé en 2022 confirment celles déjà tirées en 2019 concernant la répartition de nos émissions de CO<sub>2</sub> :

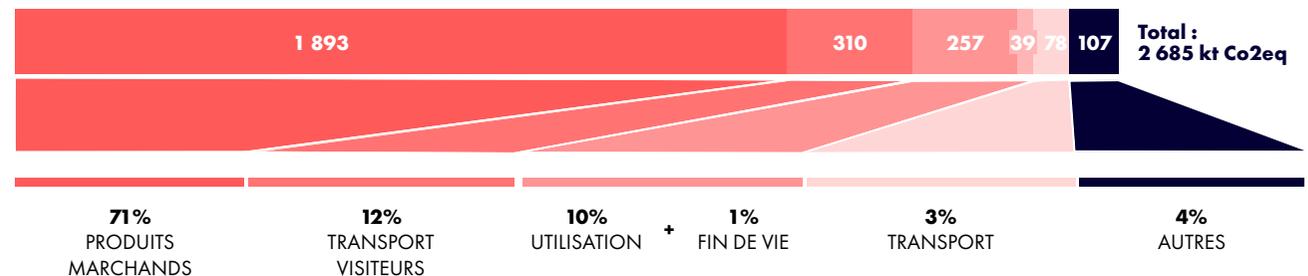
Notre bilan carbone de 2,7 MT eqCO<sub>2</sub> (vs -4% vs 2018) est largement impacté à :

- **71%** par la production de matières premières et la fabrication chez nos fournisseurs. Les procédés de fabrication et le mix énergétique utilisés chez nos fournisseurs en sont les principaux responsables ;
- **12%** par les visites clients ;
- **10%** par l'utilisation des produits par les consommateurs (lavage, séchage, repassage...).

Ces résultats indiquent une intensité carbone par produit de 8,8 kg eq CO<sub>2</sub> (vs 9,3 en 2018).

Nous nous inscrivons dans une démarche de réduction de nos émissions de CO<sub>2</sub> de -30% à horizon 2030 (engagement formulé lors de la signature du Fashion Pact en 2019). Pour aller encore plus loin, nous souhaitons nous inscrire dans une trajectoire SBT (Science Based Target). Les science-based targets sont des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre définis en cohérence avec la trajectoire climat de +1,5 °C définie par Les Accords de Paris.

### Répartition de l'empreinte carbone par activité, KIABI et ETIXIA, exercice 2021.



## Comprendre notre bilan biodiversité

De la production des matières premières à la transformation en produits finis, nos produits impactent négativement les habitats, accélèrent le changement climatique et génèrent des pollutions.

NIVEAU RELATIF D'IMPACT



### ► PRESSION 1 : DÉGRADATION DES HABITATS

La production des matières premières, en particulier le coton, occupe de larges territoires agricoles. Cela impacte localement la biodiversité. Par ailleurs, la production de ces matières consomme une part très importante d'eau douce. Nous contribuons ainsi à sa raréfaction et nous nous exposons aux risques liés à la disponibilité et à la qualité de cette eau notamment au Bangladesh, au Pakistan, en Chine et en Inde. Notre bilan biodiversité a été l'occasion de mesurer que l'emprise au sol de nos magasins ne représente qu'une très faible part de notre impact sur l'habitat, à l'inverse de celui de la filière amont de nos produits.

**Notre emprise au sol représente 189 000 hectares en 2021 et la consommation d'eau douce 511 millions de m3 équivalents.**

### ► PRESSION 2 : ACCÉLÉRATION DU CHANGEMENT CLIMATIQUE

La production conventionnelle de fibres naturelles comme le coton, artificielles comme la viscose et synthétiques comme le polyester et le polyamide consomme beaucoup d'énergies fossiles, cause d'émissions de gaz à effet de serre. Dans la transformation des matières, ce sont principalement la teinture et les délavages qui contribuent à accélérer le changement climatique.

**Nos émissions de CO2 représentent 2,7 millions de tonnes eq CO2.**

### ► PRESSION 3 : AUGMENTATION DES POLLUTIONS (EAU, SOL, AIR)

La production du coton pollue également les sols et l'eau des champs par l'usage intensif d'engrais et de pesticides. Les transformations successives en fil, en étoffe et enfin la teinture sont quant à elles consommatrices d'eau et de produits chimiques. Ces étapes de fabrication génèrent une diminution de la biodiversité, des émissions de CO2 et une pollution de l'eau douce.

## Définir nos grandes orientations stratégiques

En complément des actions déjà mises en place, nous prévoyons de nous engager sur 4 axes :

- **Agir sur les produits neufs** : la production des matières premières impacte significativement la biodiversité. Le choix de solutions plus durables (recyclées, issues de l'agriculture biologique), et les alternatives aux produits neufs (pression sur la terre) sont structurants pour réduire notre impact.
- **Décarboner la chaîne de production** : la fabrication influence significativement nos émissions de gaz à effet de serre, notamment les étapes de teinture, filature et tissage. Le choix du pays de production, guidé par son mix énergétique, et le choix des procédés de production sont structurants pour atteindre nos objectifs. Dans le monde, 56% des GES liés à la supply chain coton sont liés à la consommation d'électricité.
- **Être plus circulaire et plus serviciel** : ce nouveau bilan, et notamment le travail sur la trajectoire à horizon 2030, mettent en évidence que le travail sur la conception de nos produits seul ne sera pas suffisant pour améliorer notre impact sur la planète. Nous devons intensifier nos actions, en permettant notamment de prolonger la durée de vie de nos vêtements, en travaillant sur la qualité de nos produits et en favorisant l'achat en seconde main pour nos clients.
- **Sensibiliser et informer nos clients** sur les impacts de leur mode d'entretien des vêtements, mais aussi sur la gestion de leur fin de vie.

## Optimiser la traçabilité

Nous entamons une démarche de fiabilisation de nos données, via notamment la traçabilité de notre chaîne d'approvisionnement. La traçabilité est un sujet transversal. Elle permet de répondre aux enjeux de notation environnementale de nos produits et de transparence pour les clients. Elle nous garantit également une plus grande précision de nos données et ainsi une optimisation nos actions. Conscients de l'importance de ce sujet, en 2022, une personne a été recrutée chez KIABI pour piloter le projet.

### LE SAVIEZ-VOUS ?

#### La traçabilité

La traçabilité d'un produit désigne l'ensemble des informations permettant de connaître la composition d'un article, l'ensemble des acteurs et des process de la chaîne à chaque étape de son cycle de vie : production, transformation jusqu'à sa distribution au consommateur final, ou encore, sa fin de vie. La traçabilité représente l'un des grands enjeux de l'industrie textile, car les chaînes d'approvisionnement sont souvent mondialisées et les intervenants multiples.



# CONCEVOIR DES PRODUITS PLUS DURABLES



Nous agissons depuis 2018 sur la sélection des matières premières entrant dans la composition de nos vêtements et les méthodes de conception de nos produits. En 2022, nous avons poursuivi nos démarches en ce sens et agrandi les équipes éco-conception et matières.

KEZAKO ?

## L'éco conception, qu'est-ce que c'est ?

Chez KIABI, un produit est considéré comme éco-conçu dès qu'il contient un minimum de fibres plus durables dans sa composition. Dès que nous pouvons, nous associons à ces matières un procédé de fabrication plus économe en ressources, des accessoires plus durables et facilitons son recyclage en fin de vie.

## Chiffres 2022

**72%** de l'offre textile éco-conçue (66% en N-1)

\* changement de périmètre 2022 : offre textile / \*2021 : exclusion des produits de marque non KIABI, ainsi que les accessoires et les chaussures.

## Objectifs 2023

**CONTINUER À AUGMENTER NOS VOLUMES D'ACHATS DE PRODUITS TEXTILES ÉCO-CONÇUS POUR ATTEINDRE 100% EN 2025.**

## Utiliser des matières premières plus durables

Le coton et le polyester constituent la grande majorité des fibres utilisées dans nos collections, suivis de la viscose et du polyamide. Notre volonté est de conserver ces équilibres de matières - reconnues pour leur douceur et leur résistance (et sa praticité pour le coton) - dans notre offre, mais en optant graduellement pour leurs alternatives plus durables.

Les matières premières considérées comme plus durables chez KIABI sont celles qui permettent d'économiser de l'énergie, de l'eau, des produits chimiques et limitent la pollution des eaux ainsi que la dégradation des habitats et des écosystèmes naturels :

- Le coton biologique ;
- Le coton Better Cotton Initiative\* ;
- Le coton en conversion ;
- Le coton recyclé avec un minimum de 20% de fibres recyclées ;
- Le lin / chanvre ;
- Les matières synthétiques recyclées avec un minimum de 20% de fibres recyclées (polyester, polyamide...) ;
- Les matières cellulosiques durables (viscose Ecovero(TM), Modal...).

dès lors qu'il contient au minimum 50% de cette fibre

\*Voir définitions dans la partie définitions et méthodologie

Les fibres recyclées permettent de limiter l'utilisation de ressources vierges, d'énergie ou encore de produits chimiques. C'est pourquoi, nous poursuivons notre stratégie d'intégration de ces matières plus durables dans la composition de nos vêtements. Par ailleurs, dans la continuité de notre démarche d'éco-conception, nous choisissons autant que possible des accessoires (zips, boutons, crochets) intégrant des composants recyclés pour créer nos vêtements.

LE SAVIEZ-VOUS ?

### Le coton recyclé

Pour garantir les performances techniques du fil, le filateur intègre seulement 20% de coton recyclé dans le mélange de fibres. Les fournisseurs travaillent sur ce point pour augmenter la part de fibres recyclées.

### ► Chiffres 2022 :

**11% de notre gamme textile est composée de matières recyclées en pièces (contre 5% en 2021)**

Dès la conception de nos produits, nous pensons à leur recyclabilité. Nous favorisons les mono-compositions et limitons les points durs comme les broderies ou les rivets qui complexifient le recyclage.

## LE SAVIEZ-VOUS ?

**La mono-composition et le recyclage**

Les mélanges de matières, l'ajout d'accessoires, de broderie, de motifs fantaisie sur les produits les rendent difficilement recyclables. Ainsi, à ce jour, 80 % des textiles utilisés dans l'Union Européenne ne sont pas recyclés (selon Fashion at the crossroads - Greenpeace International). Même si le recyclage, ne permet pas de compenser les dommages environnementaux causés par notre industrie, il est une partie de la réponse. Les filières de recyclage commencent à se créer et de nombreux acteurs du textile agissent en ce sens. C'est aussi notre cas.

► **Chiffres 2022 :**

**En 2022, 47% de nos produits sont mono-composition et donc plus facilement recyclables (vs 50,6% en 2021).**

Cette baisse s'explique par l'augmentation des prix, notamment du coton, qui nous a obligé à mélanger le coton avec d'autres fibres plus abordables pour continuer à proposer des prix accessibles dans ce contexte d'inflation.

**Chiffres 2022**

**71%** de fibres plus durables dans notre offre textile (63,5% en N-1\*).

Malgré un contexte d'approvisionnement difficile avec une forte augmentation des prix d'achat, nous avons poursuivi nos efforts.

\* changement de périmètre 2022 : offre textile / \*2021 : exclusion des produits de marque non KIABI, ainsi que les accessoires et les chaussures.

**Objectifs 2023**

**OBTENIR UNE CERTIFICATION KIABI POUR COMMUNIQUER LES CERTIFICATS DES PRODUITS CONTENANT DES FIBRES ISSUES DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE OU DU RECYCLAGE.**

**Faits marquants 2022****Identifier l'origine du coton grâce à un partenariat avec Oritain**

La culture du coton implique plus de 250 millions de personnes dans le monde. Conscients des conditions de travail souvent difficiles dans les pays en voie de développement, nous avons souhaité encourager nos confectionneurs à s'impliquer davantage dans la maîtrise de leur approvisionnement en coton. En 2022, nous avons ainsi contractualisé avec une entreprise néo-zélandaise, Oritain, qui a développé une technologie issue de la science médico-légale. L'objectif : analyser les propriétés intrinsèques du coton pour en identifier l'origine géographique. Ceci s'ajoute à l'interdiction formulée en 2021 à nos fournisseurs de s'approvisionner dans des régions de culture du coton dans lesquelles il y a des risques de non respects des droits humains, notamment le travail forcé.

**Objectifs 2023**

**RÉALISER, AVEC LE SOUTIEN D'ORITAIN, UNE CARTOGRAPHIE DE L'ORIGINE DES COTONS UTILISÉS PAR NOS PRINCIPAUX FOURNISSEURS.**

**Mieux appréhender la traçabilité**

En 2022, KIABI a travaillé pour répondre aux réglementations entrant en vigueur à partir de janvier 2023 sur le sujet de la traçabilité des produits. Suite aux publications des décrets de la loi AGEC et Climat et Résilience, nous avons travaillé à rendre la traçabilité de l'ensemble de la chaîne de production de nos produits fiable et disponible. Lors du second semestre 2022, nous avons expérimenté plusieurs outils. Pour répondre à plusieurs articles de la loi AGEC ou loi Anti-gaspillage, nous avons, dans un premier temps, couvert le parcours des produits habillement, linge de maison et chaussures à partir de la saison été 23. En début d'année 2023, le site KIABI.com a ainsi été enrichi avec l'indication des pays de production des différentes étapes de fabrication de ces produits.

Néanmoins, jusqu'à présent, les réglementations européennes n'imposent pas d'indiquer l'origine des fibres textiles sur les étiquettes des vêtements. Si nous prenons l'exemple du coton, représentant 62,5% de l'offre KIABI en 2022, nous ne connaissons que partiellement sa provenance : selon les volumes des récoltes et plus globalement la volatilité du marché, les fournisseurs de matières s'approvisionnent auprès de différentes sources mondiales et mélangent les fibres de plusieurs origines entre elles en production. Les fibres biologiques, en transition vers le biologique et les fibres recyclées, sont quant à elles encadrées par des certifications strictes, nous permettant de remonter la chaîne de valeur et d'en connaître la traçabilité. C'est l'une des raisons pour lesquelles nous nous orientons vers ces choix de matières premières.

**Encourager la culture du coton biologique avec Organic Cotton Accelerator**

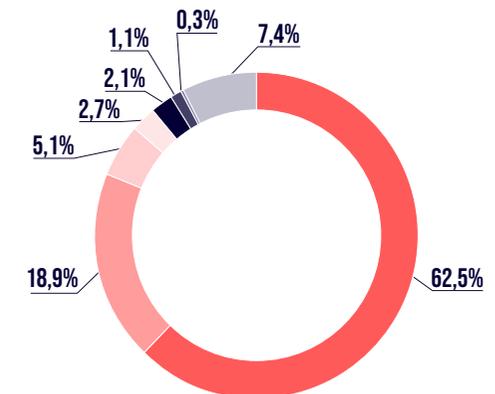
Nous avons rejoint l'organisme OCA (Organic Cotton Accelerator) courant 2021. En nouant ce partenariat, nous agissons pour garantir les salaires des fermiers producteurs de coton biologique (ou en conversion vers le biologique), pour les encourager dans la culture du coton bio et augmenter ainsi les surfaces cultivables et donc l'offre de coton biologique. Grâce à OCA nous sécurisons notre approvisionnement en coton biologique (contrat signé annuellement) et en coton en transition.

## KEZAKO ?

**ORGANIC COTTON ACCELERATOR**

Pour KIABI le partenariat avec OCA représente :

- Plus de 3000 fermes dédiées au coton biologique en Inde ;
- 2000 tonnes de coton bio et de coton en conversion pour nos collections 2024 ;
- L'assurance d'un salaire de 7 à 10% supérieur au marché pour les fermiers impliqués.

**Part des matières principales de nos articles textiles**  
achetées sur les collections ÉTÉ et HIVER 2022 (en % de poids)

■ Coton ■ Polyester ■ Matières cellulosiques dont viscose ■ Polyamide ■ Acrylique ■ Elasthanne ■ Lin et chanvre ■ Autres

En 2021 : Coton (69,6%), Polyester (18,8%), Matières cellulosiques dont viscose (5,7%), Polyamide (2,7%), (Acrylique, Elasthanne, Lin et chanvre sont compris dans autres en 2021), Autres (3,4%) sur base d'un périmètre n'incluant pas les chaussures, les accessoires ni les produits de marques non KIABI

## Afficher l'impact environnemental de nos produits

Depuis janvier 2022, nous travaillons sur le sujet du score environnemental de nos produits textiles. Notre objectif est de connaître l'impact de chaque étape du cycle de vie de chacune de nos références. Nous pourrions ainsi diminuer ces impacts grâce à des actions d'éco-conception ciblées. Ayant participé aux expérimentations françaises et européennes sur 2022, nous lançons en 2023 divers pilotes afin d'optimiser notre collecte de données et nos outils et ainsi publier les notes de 100% de nos produits textiles sur nos sites web d'ici 2024.

## Impliquer les fournisseurs dans notre démarche

### Optimiser nos process de fabrication

Nous travaillons avec nos fournisseurs pour optimiser les procédés les plus consommateurs d'eau, d'énergie et de produits chimiques comme la teinture et le délavage. Nous travaillons aussi, de manière expérimentale, sur le patronage de certains produits pour diminuer les chutes de coupe, réduire l'emploi matière et donc la quantité d'étoffe consommée. Nous avons ainsi développé des collections « Zero waste » (zéro déchet) - après le lancement en 2020, la robe noire en 2021, une chemise « Zero waste » a été développée en 2022.

KEZAKO ?

### Qu'est-ce que l'éco wash ?

L'éco wash regroupe des procédés de fabrication de délavage qui répondent à une liste stricte de critères KIABI :

- Réalisation d'un audit environnemental de l'usine de délavage ;
- Utilisation de produits chimiques répondant aux normes REACH et AFIRM\* ;
- Utilisation d'une des technologies listées par l'équipe délavage de KIABI (laser, Eflow, G2 Ozone etc.) ;
- Calcul d'un score permettant de mesurer l'impact du délavage via le logiciel EIM (Environmental Impact Measurement). Ce score va de 0 à 100 (de 0 à 33 = impact faible, de 34 à 66 = impact moyen, de 67 à 100 = impact fort). Il doit être inférieur à 66 pour être considéré comme éco-wash.

Ces critères de lavage / délavage seront progressivement appliqués à d'autres catégories de produits, pour, à horizon 2025, s'appliquer à l'ensemble de nos produits y compris les T-shirts, les pulls etc.

\*Voir définitions dans la partie définitions et méthodologie

## Chiffres 2022

**7,6%** de nos articles ont été conçus via un procédé de transformation à plus faible impact (en pièces) (7,2% en 2021)

\*exclusion des produits de marque non KIABI, ainsi que les accessoires et les chaussures.

## Objectifs 2023

### 100% DE DENIMS ÉCO WASH

### Utiliser des énergies renouvelables

Nous avons compris de notre bilan carbone que nous avons un levier d'action sur les énergies utilisées par nos fournisseurs. Nous avons sondé nos fournisseurs de rang 1 au sujet de leur utilisation d'énergies renouvelables. 34 d'entre eux nous ont répondu en utilisant et nous ont communiqué la typologie d'énergie renouvelable ainsi que la part dans leur consommation énergétique totale. Nous avons donc pu modéliser l'impact que cela aurait pu avoir sur notre bilan carbone 2021 (-3% des émissions en valeur absolue). Nous avons également pu modéliser ce que l'introduction d'énergies renouvelables en part plus importante nous permettrait d'atteindre si nous parvenions à travailler avec nos fournisseurs (notamment pour les fournisseurs intégrant plusieurs étapes de la chaîne de production). Cela nous donne une piste intéressante de travail pour 2023.



## Développer des packagings plus durables

Depuis la signature du Fashion Pact en 2019, nous travaillons à supprimer le plastique vierge à usage unique de nos packagings. Nous nous sommes en effet engagés à le supprimer de nos emballages produits dès 2025, et de nos emballages logistiques dès 2030.

Ainsi, en 2022, nous avons sensibilisé et formé les équipes collections en ce sens, testé différentes alternatives au blister plastique, notamment sur nos sous-vêtements. Notre première action 2022 visible par les clients a été la suppression des crochets en plastique, remplacés par des découpes en carton, sur les produits légers, à durée de vie courte en magasin et à faible taux de manipulation comme les collants.

POUR ALLER + LOIN

Nous sommes conscients de l'importance d'avancer rapidement sur ce sujet mais, malgré nos efforts, la conception prend du temps et nécessite de nombreux tests chez nos fournisseurs puis en magasin. Nous avons pris un retard que nous espérons rattraper en 2023.

## Objectifs 2023

### OBJECTIFS 2023 :

- 0 BLISTER EN PLASTIQUE À USAGE UNIQUE
- TESTS SUR DES CINTRES EN CARTON

# OPTIMISER LE TRANSPORT DE NOS VÊTEMENTS

**En 2022, nous avons défini une stratégie RSE supply transport, poursuivi notre engagement auprès de Fret 21 et optimisé notre communication interne auprès des acteurs concernés par ce sujet afin de les sensibiliser à l'importance de travailler à des modes de transport plus durables.**

## Poursuivre notre engagement envers FRET 21

En 2021, nous avons rejoint la démarche FRET21\* de l'ADEME dans le but de :

- Réduire nos émissions carbone liées au transport de nos produits d'au minimum 5% sur 3 ans, soit 3 353 tonnes de CO<sup>2</sup> ;
- Permettre la mise en place d'un écosystème intégrant des partenaires transport - engagés ou non - et embarquer ceux qui ne le sont pas, ainsi que d'autres acteurs et entreprises engagés pour partager des bonnes pratiques.

En 2022, nous avons poursuivi notre engagement. Le calcul de nos émissions de gaz à effet de serre est en cours de certification auprès de l'ADEME.

\* Voir liste des partenaires en annexes

## Le transport amont : moins d'aérien, plus de multimodal

Le transport entre nos fournisseurs et nos entrepôts est de plusieurs types : bateau, train, avion ou encore camion. Notre objectif est de diminuer le plus possible les modes de transport les plus polluants (notamment l'avion), et de développer des alternatives plus responsables.

En 2022, nous avons ainsi réduit la part du transport aérien et augmenté celle du transport multi-modal\*. Cela a été possible grâce, notamment, à une meilleure sensibilisation des équipes KIABI et une volonté forte d'embarquer les équipes et nos prestataires.

\* le transport multi-modal combine différents modes de transport (barge-route ou train-route) pour l'acheminement de nos conteneurs depuis les ports d'arrivée et les sites logistiques

## Le transport aval : place aux énergies alternatives

Une fois arrivée dans nos entrepôts logistiques, la majorité de nos produits prend le chemin de nos magasins succursalistes, affiliés ou franchisés.

Les autres produits sont expédiés directement chez nos clients web.

Ce transport aval est principalement assuré par la route, ou par un mix camion ou train + bateau pour les destinations les plus éloignées.

En 2022, nous nous sommes engagés avec nos partenaires dans le déploiement de camions à énergies alternatives (Huiles de colza, Huiles alimentaires usagées...) et avons effectué quelques tests avec des camions électriques. La part d'énergies alternatives dans notre distribution des magasins français représente, en 2022, 6,9% mais grimpe à 10% sur le 1er trimestre 2023, avec un objectif FRET21 de monter cette part à 20% d'ici 2024.

De plus 17% de nos magasins français ont fait l'objet d'une compensation de 100% de leurs émissions carbone (estimées) liées au transport aval grâce au transporteur du Groupe LA POSTE qui compense 100% de ses émissions de CO<sub>2</sub>.

POUR ALLER + LOIN

En 2022, nous avons intégré de façon plus importante les enjeux RSE dans le volet transport. Cependant, malgré nos efforts, certains objectifs n'ont pas encore pu être atteints. C'est le cas de l'augmentation du taux de remplissage de nos camions et de l'augmentation de la part des transports à énergie alternative. En effet, la hausse significative des coûts des véhicules roulant au gaz nous a notamment empêché de développer cette alternative autant que nous le souhaitons.

## FOCUS

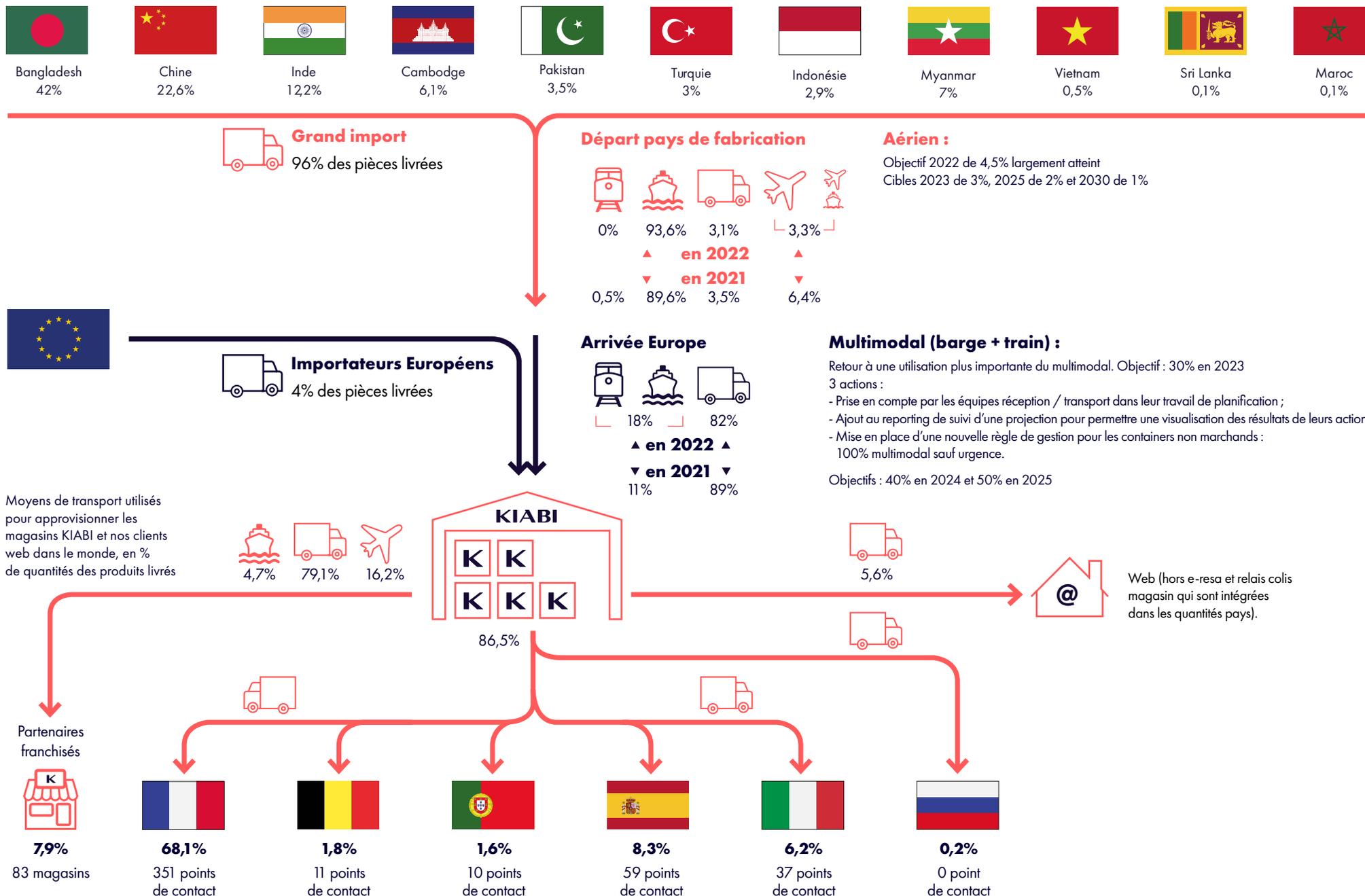
### Le lancement d'offres web à empreinte carbone réduite

L'analyse de nos modes de transport aval nous a également permis de prendre conscience de l'importance de notre flux web. Nous avons ainsi travaillé sur plusieurs leviers d'actions permettant de réduire notre empreinte carbone à cette étape du cycle de vie de nos produits :

- Déploiement de la livraison à domicile à vélo sur 14 villes franciliennes dont Paris ;
- Développement de la livraison en point relais en Italie et au Portugal, moins consommatrice en CO<sup>2</sup> ;
- Participation au développement des consignes de livraison 24h/24 7j/7 ;
- Mise en place de schémas de transport omnicanal permettant de massifier les flux et donc de réduire le nombre de camions sur les routes.

## Objectifs 2023

- POURSUIVRE LES ACTIONS D'ENGAGEMENT FRET 21 ET OBTENIR LA LABELLISATION
- AMÉLIORER LA COMMUNICATION DE NOS RÉUSSITES ET AVANCÉES AUPRÈS DE NOS COMMUNAUTÉS INTERNE ET EXTERNE
- AUGMENTER LA PART DES ÉNERGIES ALTERNATIVES ET LE MULTI-MODAL POUR NOS FLUX AMONT COMME SUR NOS FLUX AVAL
- DÉFINIR UNE STRATÉGIE GROUPE POUR LE TRANSPORT RSE DE DEMAIN



# OPTIMISER LA GESTION DE LA FIN DE VIE DE NOS PRODUITS

## Anticiper la fin de vie et le recyclage de nos produits

Même si la fin de vie de nos produits ne représente que 2% de notre bilan carbone, elle reste un levier de réduction de nos impacts sur la planète. Ainsi, depuis 2017, nous proposons des conteneurs de collecte de vêtements, linge de maison et chaussures sur les parkings de certains de nos magasins et depuis 2021, des points de collecte dans nos magasins. Les produits collectés sont ensuite valorisés par notre partenaire Le Relais, ou des partenaires locaux, et entament leur seconde vie.

### ► Chiffres 2022 :

**111 magasins équipés de borne et 25 magasins de conteneurs sur leur parking**

Selon les déclarations de notre partenaire Le Relais, ils sont :

- 55% revendus en 2nde main à l'export ;
- 26% recyclés en matière ;
- 10% réemployés en chiffons industriels ;
- 6% en boutique Dring Fring ;
- Les 3% restant valorisés en énergie.

Ces dons ont permis en moyenne de créer 3 emplois d'insertion (Source : Le Relais).

Afin de répondre à nos enjeux d'approvisionnement en vêtements de seconde main, nous avons besoin de massifier nos collectes. Nous avons donc mis en place les KIABI Bags et organisé des collectes dans des écoles :

- Le KIABI BAG est proposé à nos clients : ils ont la possibilité d'envoyer, via Mondial Relay et avec une étiquette prépayée, entre 12 et 20 articles à notre partenaire Rediv qui les collecte et les trie. Nos clients cartés reçoivent un bon d'achat de 5€ par sac envoyé.
- Les collectes dans les écoles : nous travaillons avec les associations de parents d'élèves en recherche de financement. Pour chaque kilo de vêtements collecté, 1€ leur est remis. Ces actions ont permis de collecter en moyenne 180 kg par école partenaire. La collecte des vêtements est confiée à une entreprise d'insertion et le tri assuré par Rediv.

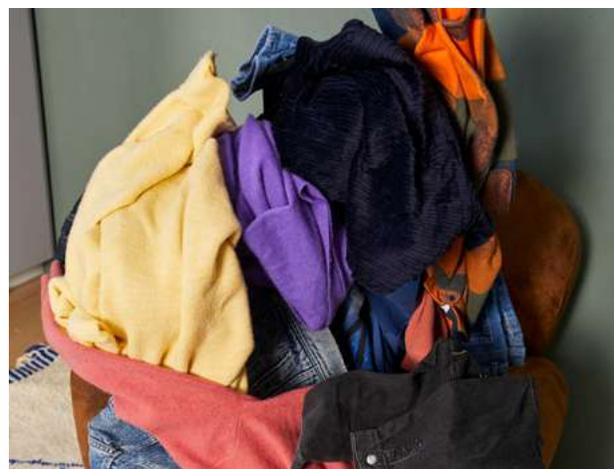
Le niveau de qualité pour la revente en seconde main des vêtements retournés via ces deux solutions sont respectivement de 69% et 50%. Depuis Janvier 2023, grâce à un partenariat entre Rediv et Buitex, 100% des produits collectés débutent une seconde vie (seconde main ou sont recyclés en isolant).

## Chiffres 2022

**388 tonnes de textile, linge de maison et chaussures collectés**

(pour 180 tonnes collectées en 2021) soit 1,1% de nos mises sur le marché N-2 (0,6% en 2021) :

- 204 tonnes via les KIABI Bags ;
- 176 tonnes via les collectes en magasin et les bornes sur nos parkings ;
- 8,5 tonnes via les collectes écoles.



## Prévoir et gérer nos invendus

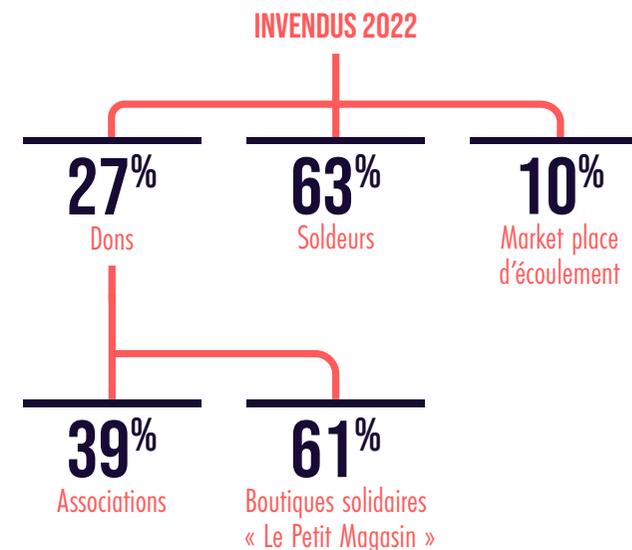
La fin de vie de nos produits, dont les invendus font partie, représente pour nous un enjeu social et environnemental. Pour diminuer au maximum le volume de nos invendus, notre première action consiste à affiner nos prévisions de ventes et d'allocation de nos produits par canal (magasins, web). Nous investissons ainsi dans des outils permettant d'évaluer les potentiels de vente magasins/web en fonction de nos cadencements d'achats et des spécificités de nos zones de distribution. Ces calculs nous permettent d'estimer très finement le nombre de pièces à produire et à acheminer sur chaque site. Néanmoins, en fin de saison, il nous reste des invendus, et ce, malgré les articles reconduits d'une saison à l'autre.

Sur les collections hiver 21 et été 22, les invendus représentaient 1,4% des marchandises achetées.

Afin d'écouler ces invendus, nous avons plusieurs débouchés :

- Dons : nous donnons une partie des invendus magasin à des associations locales en France (associations d'insertion professionnelle avec lesquelles nous développons les Petits Magasins (cf page 50) et d'autres associations).
- Soldeurs : pour nos invendus entrepôts et des magasins des autres pays, nous passons par des professionnels qui nous rachètent la marchandise pour ensuite la revendre sur des territoires où nous ne sommes pas présents.
- Market place : nous optons également pour des solutions d'écoulement en digital (ex : market place Showroom privé)

Les sorties d'invendus sur l'année 2022 ont été réparties comme suit :



# GUIDER NOS CLIENTS VERS UNE CONSOMMATION PLUS RESPONSABLE

L'entretien de nos produits par le consommateur consomme de l'énergie et des produits chimiques. Cela représente 8% de notre bilan carbone. Aussi, nous sensibilisons nos clients sur l'entretien et la fin de vie de leurs vêtements afin de les amener vers une consommation plus responsable.

## Optimiser nos consignes d'entretien

Les cycles d'entretien (lavage et repassage et/ou séchage en machine), chez le consommateur impactent l'environnement (consommation d'eau, d'énergie et de détergents). Pour en mesurer l'empreinte environnementale, nous avons modélisé cet usage sur la base :

- d'un nombre de lavages dépendant de la typologie de produits (30 lavages pour les produits textiles excepté pour les manteaux et grosses pièces qui sont modélisés sur 3 lavages, pas de lavage pour les accessoires) ;
- 15 séchages pour les produits qui y sont autorisés (1 séchage pour 3 lavages) ;
- 15 repassages en tenant compte d'1 minute par produit lavé.

Depuis 2017, nous essayons de sensibiliser nos clients à cet enjeu : en magasin, un support écrit leur propose de laver leurs vêtements à une température plus basse et de les sécher à plat pour éviter le repassage et le séchage en tambour. La plupart de nos produits portent directement nos consignes de lavage avec une recommandation à 30°C.

Au-delà de limiter la consommation de détergents et d'énergie, ce changement de méthode d'entretien des vêtements permet de prolonger leur durée de vie, enjeu phare mis en avant par notre bilan carbone 2022.

## Dédier un concept store, des corners et un site web à la seconde main

Développer des solutions d'économie circulaire et offrir de nouveaux services à nos clients est un enjeu essentiel si nous voulons répondre aux enjeux climatiques et planétaires. Cela passe en partie par le développement d'une offre de vêtements de seconde main, évitant ainsi la production de vêtements neufs et donc la consommation de ressources naturelles.

Pour permettre à nos clients de consommer des produits de seconde main, griffés KIABI ou d'autres marques, nous avons imaginé plusieurs dispositifs.

### Un concept store dédié à l'enfant / bébé et à la seconde main : Kidkanai

Un produit de seconde main n'est pas un produit qui a perdu de la valeur. C'est un produit qui a gagné de l'expérience, du vécu, de la personnalité. En novembre 2022, nous avons ouvert notre premier concept store Kidkanai dédié à l'enfant / bébé et à la seconde main. L'ambition de ce projet est de rallonger le cycle de vie du produit et développer localement le partage entre parents, créant ainsi un cercle vertueux au plus près des habitants.

### Des corners dans nos magasins existants

Nous avons lancé, en août 2020 dans nos magasins tricolores puis à l'international, des corners seconde main en partenariat avec la société Rediv.

► **Chiffres 2022 :**  
**120 corners seconde main dans nos 5 pays succursalistes (92 en France, 13 en Espagne, 6 en Italie, 5 en Belgique, et 4 au Portugal)**

## Objectifs 2023

300 CORNERS

## Une plateforme digitale dédiée à la seconde main

Depuis décembre 2020, notre site web Seconde Main by KIABI permet aux clients de vendre et d'acheter des articles de seconde main de toutes marques. Le site fonctionne de particulier à particulier et offre un avantage au client : le vendeur peut choisir soit de recevoir le montant de ses ventes par virement, soit obtenir un bon d'achat du montant de ses ventes abondé de 20%, à dépenser chez KIABI.

► **Chiffres 2022 :**  
**La 2<sup>nd</sup>e main représente 0,24% du total de nos ventes (en quantité)**

## Objectifs 2023

ATTEINDRE 2% DE NOS QUANTITÉS VENDUES EN 2<sup>ND</sup>E MAIN

## Louer des vêtements plutôt que les acheter

Depuis 2021, KIABI propose la location à ses clients. Après un premier test effectué sur le rayon maternité et allaitement (arrêté en mars 2022), nous avons lancé en août 2022 une nouvelle formule par abonnement permettant de louer 5 à 20 vêtements, tous rayons confondus. 4 formules d'abonnement (de 19€/mois pour 5 articles loués, à 49€/mois pour 20 articles loués) sont proposées en test dans 3 magasins : Noyelles Godault, Le Pontet et Bègles. Ce nouveau test nous a permis de continuer d'apprendre sur le sujet de la location car aucune donnée marché n'existe actuellement sur la location de textile de grande consommation par abonnement.

Les résultats sont très positifs avec très peu de désabonnements et nous encourageant donc à penser que l'offre est pertinente pour nos clients.

- **312 clients ont souscrits à l'offre sur une cible initiale prévue pour le test de 300 clients**

## Objectifs 2023

- **TESTER LA LOCATION DE ROBES DE CÉRÉMONIE ENFANTS DÈS FÉVRIER**
- **POURSUIVRE LES TESTS INITIÉS EN 2022**

# AGIR POUR LES FEMMES ET LES HOMMES

ACCOMPAGNER LES KIABERS

SATISFAIRE NOS CLIENTS

TRAVAILLER AVEC ETHIQUE



# RAPPEL DES ENJEUX

- ▣ Garantir un haut niveau de qualité de vie au travail ;
- ▣ Préserver la santé et la sécurité des collaborateurs ;
- ▣ Gérer les compétences et l'employabilité des collaborateurs ;
- ▣ Respecter les droits humains et agir avec éthique.



## Faits marquants 2022 « Kiabers »

- ▣ Certification Great place to work obtenue dans 100% de nos pays d'implantation ;
- ▣ Actions de prévention santé / sécurité : études ergonomiques, sensibilisation avec la semaine de la QVCT ;
- ▣ Développement continu de notre culture managériale : rituels managériaux individuels et collectifs, coaching, formations au management et au leadership ;
- ▣ Promotion des talents internes, en amélioration permanente : accompagnement individualisé des Kiabers.

## Les résultats 2022



**74%** DES KIBERS SATISFAITS DE TRAVAILLER CHEZ KIABI  
(Trust index Great Place to Work)



**18,4%** DE TURN-OVER

## Faits marquants 2022 « Clients »

- ▣ Formation des équipes qualité à la mise en place d'actions correctives, au niveau mondial ;
- ▣ Augmentation du nombre de références certifiées STANDARD 100 by OEKO-TEX® confidence in textile ;
- ▣ Progression du NPS client au niveau mondial de 1 pt.

## Les résultats 2022



**0** RAPPEL PRODUIT POUR DÉFAUT DE QUALITÉ



**68** DE NPS CLIENT

## Faits marquants 2022 « Ethique et compliance »

- ▣ Recrutement d'un nouveau DPO expérimenté et certifié ;
- ▣ Relance du programme de sensibilisation à la corruption dans nos équipes magasins ;
- ▣ Analyse plus fine des risques liés à la conformité sociale, adaptée aux enjeux de chaque pays ;
- ▣ Intégration d'une granularité plus fine dans l'analyse de la performance sociale des usines afin de décrire des plans d'actions plus ciblés et plus exigeants.

## Les résultats 2022



**90%** DES AUDITS SOCIAUX CONFORMES



**86,5%** DES AUDITS ENVIRONNEMENTAUX CONFORMES

# LES KIABERS, NOTRE PLUS GRANDE RICHESSSE

Conscients de cette force, depuis toujours, nous cultivons une culture de l'écoute au sein de notre groupe. Ecouter pour comprendre les besoins de nos équipes, construire collectivement de meilleures conditions de vie au travail et favoriser un meilleur équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle.

Ecouter pour garantir la santé et la sécurité de tous. Ecouter, pour permettre à chacun de s'épanouir dans l'entreprise et donner le meilleur de lui-même. Ecouter enfin pour comprendre les besoins en termes de formation et ainsi nous aider, en tant qu'employeur, à maintenir l'employabilité des Kiabers et préparer l'avenir de notre entreprise.

Pour être au plus près des Kiabers, et cela dans certains pays dans lesquels KIABI est implanté (France, Italie et Asie), les membres du Colead ont mené une dizaine d'écoutes qualitatives de collaborateurs. En complément, nous menons chaque année une enquête interne auprès de tous nos collaborateurs via l'organisme de référence internationale GREAT PLACE TO WORK®.

L'étude GREAT PLACE TO WORK® nous donne une lecture de notre climat social au niveau mondial, c'est l'une des forces de cette enquête internationale, mais permet aussi une analyse locale, pays par pays, périmètre par périmètre. C'est ainsi l'occasion pour les Leaders et les équipes Ressources Humaines de conforter ou de préciser à la fois ce qui fonctionne bien, et ce qui est perfectible. Des plans d'actions sont ensuite co-construits avec les équipes afin d'impliquer les Kiabers dans l'amélioration de leur propre satisfaction au travail.

KEZAKO ?

## GREAT PLACE TO WORK®

Great Place To Work® est la référence mondiale en matière d'expérience collaborateur. Depuis 1992 dans le monde, et 2002 en France, l'organisme a interrogé plus de 100M de salariés à travers 60 pays. Leurs réponses ont permis de déterminer ce qui définit une expérience collaborateur de qualité.

Great Place To Work® s'appuie sur 2 outils de diagnostic pour son évaluation :

- Le trust index : un questionnaire anonyme adressé aux collaborateurs, fondé sur 5 dimensions (crédibilité, respect, équité, fierté et convivialité) ;
- La culture Audit : un dossier à compléter par l'entreprise permettant de recenser les programmes et pratiques managériales. Ce dossier est évalué par Great Place To Work® sur la base d'une grille de notation internationale.

## Les points marquants de l'enquête GREAT PLACE TO WORK® 2022 :

- 79% de participation (- 3points Vs 2021),
- + de 94% des Kiabers reconnaissent être traités équitablement quel que soit leur genre, orientation sexuelle ou origine ;
- 80% des Kiabers sont fiers de travailler pour KIABI ;
- 86% se disent fiers de leurs réalisations ;
- 81% se disent fiers de la culture humaine de KIABI.

De manière globale les résultats de l'enquête 2022 restent très bons et progressent. Nous sommes désormais certifiés Great Place To Work® dans tous les pays dans lesquels nous sommes implantés.

L'élément marquant de l'enquête 2022 reste la qualité du management, perçu comme confiant et reconnaissant envers les équipes. Nos valeurs socles de non-discrimination, de bien-être au travail, d'engagement personnel et de fierté des réalisations progressent encore, preuve que notre culture humaine vit partout dans le monde.

## Chiffres 2022

**74%** de Kiabers satisfaits de travailler chez KIABI  
(Trust index GPTW -+1 pt vs 2021) (+1 pt vs la moyenne des entreprises du secteur textile sondées)

**9 536** Kiabers

- **82% de femmes ;**
- **43% ont moins de 30 ans, 45% entre 30 et 50 et 12% > 50 ans ;**
- **75% de nos salariés présents au 31/12 sont en CDI ;**
- **46% temps partiel, 54% temps plein ;**
- **80% en magasin, 6,8% en logistique et 13, 2% ;**
- **dans nos différents bureaux partout dans le monde.**

Nos résultats se situent légèrement au dessus de la moyenne des entreprises du secteur textile\* sur les dimensions crédibilité, respect et équité. Ils apparaissent dans la moyenne du secteur sur les dimensions fierté et convivialité.

Fort de ces résultats, nous nous engageons à travailler dès 2023 sur trois grands axes :

- Renforcer la culture humaine dans la continuité des actions menées en 2022 ;
- Renforcer la transmission du sens du management vers les équipes ;
- Réaffirmer la fierté d'appartenance des Kiabers à travers le monde.

\*En comparaison avec les entreprises du secteur textile participant à l'enquête GREAT PLACE TO WORK®

# AMÉLIORER LA QUALITÉ DE VIE ET LES CONDITIONS DE TRAVAIL

2022 a été l'année de la véritable sortie de pandémie de Covid 19 et, avec elle, celle d'une attention très marquée sur l'équilibre entre la vie personnelle et professionnelle des Kiabers.

L'enjeu était important pour le groupe au moment où les collaborateurs étaient appelés à revenir sur sites de façon plus régulière, mais où le cadre de ce retour n'était pas encore véritablement posé et les aspirations des Kiabers différentes en termes de bien-être et de conditions de travail. L'objectif 2022 a donc été d'accompagner au mieux les équipes pour s'adapter aux évolutions de plus en plus rapides imposées par le secteur du retail, tout en tentant de concilier au mieux leurs nouvelles aspirations personnelles et professionnelles.

## Les actions 2022

### Un accord pour encadrer le télétravail en France

En 2022, nous avons négocié un accord national français visant à poser le cadre du télétravail. Notre volonté est de trouver un équilibre entre le travail en présentiel et le télétravail permettant de concilier performance et bien-être professionnel et personnel, et améliorer les conditions d'accueil des collaborateurs au siège de l'entreprise. En effet, les locaux ne permettaient plus d'accueillir l'ensemble des équipes en même temps.

Deux jours de télétravail flexibles sont désormais possibles pour l'ensemble des collaborateurs des services centraux, ainsi que pour nos Leaders magasin, afin de leur permettre de traiter leurs missions administratives et stratégiques. Pour nos autres collaborateurs dans le monde, des accords ou décisions unilatérales concernant le télétravail ont été mis en place :

- En Italie : accord prévoyant 3 jours maximum de télétravail pour les services centraux ;
- En Belgique : décision unilatérale prévoyant 2 jours pour les services centraux et 0,5 jour par semaine pour les Leaders magasin ;
- En Asie : décision unilatérale prévoyant un jour de télétravail par semaine entre le mardi et le jeudi ;
- En Espagne : décision unilatérale prévoyant 2 jours de télétravail par semaine.

**En complément du télétravail, en 2022, des accords\* ont été signés dans les différents pays dans lesquels KIABI est implanté. À titre d'exemples :**

- **En France :**
  - o Accord Gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences (GPEC) qui vise à 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 ;
- **En Italie :** mise en place d'un portail Welfare qui vise à augmenter le pouvoir d'achat de nos collaborateurs et améliorer l'équilibre vie pro /perso ;
- **En Espagne :** plan égalité et diversité pour garantir, promouvoir et animer l'égalité professionnelle entre collaborateurs quel que soit leur sexe ;
- **En Belgique :** plan pour l'emploi des travailleurs 45 et + dont les actions visent à augmenter le taux d'emploi des travailleurs de 45 ans et plus en favorisant leur maintien au travail.

\*Le détail des accords est disponible en annexes

### Une étude sur la charge de travail des Kiabers

Depuis la pandémie de Covid 19, les équipes sont soumises à des changements et doivent s'adapter aux nouveaux process de plus en plus vite. Cette flexibilité accroît souvent la charge de travail de nos collaborateurs. Conscients et attentifs à ce sujet, nous avons validé un accord en octobre 2022 visant à mener une étude approfondie sur la charge de travail de chaque périmètre sur l'année 2023. Notre objectif est, grâce à cette étude, d'écrire des plans d'actions spécifiques pour mieux accompagner nos équipes. Première étape posée en 2022 : une question ouverte sur la charge de travail est désormais intégrée à tous les entretiens de développement.

2022

**62%** des Kiabers trouvent que l'environnement de travail est sain sur les plans psychologique et humain ;

**69%** expriment que le management distribue les tâches et coordonne le travail des collaborateurs avec efficacité ;

**73%** disent disposer des ressources et du matériel nécessaires pour la réalisation de leur travail ;

**71%** affirment disposer d'un cadre qui leur permet de se concentrer sur les tâches à réaliser.

Ces indicateurs sont à améliorer, nous en avons conscience. Nous les analysons afin de mieux comprendre les besoins des Kiabers et d'y répondre.

Great Place To Work.

## Une semaine de la QVCT

Pour la première fois en 2022, une semaine de la Qualité de Vie et des Conditions de Travail a été organisée sur l'ensemble des sites du groupe à l'échelle de la France. Des webinaires sur les risques psycho sociaux, des challenges, des ateliers avec des ergonomes, des ostéopathes, des diététiciens, des addictologues ont été organisés durant une semaine. Notre objectif à travers ces animations était de sensibiliser, d'informer les Kiabers sur les risques et les solutions possibles pour améliorer leurs conditions de travail.

Dans la lignée de cette semaine, l'ensemble de nos accords sur ces sujets ont été re communiqués à l'ensemble des équipes afin de les informer de nos actions.

## Objectifs 2023

**76%** de Kiabers satisfaits  
(soit +2 pts par rapport à 2022)  
Des résultats à l'enquête Great Place To Work® en progression

Great  
Place  
To  
Work.

**69%** des Kiabers déclarent être encouragés à conserver un équilibre entre leur vie professionnelle et leur vie privée.

Les actions décrites ci-dessus (semaine de la QVCT, étude sur la charge de travail et le cadrage du télétravail) sont une première réponse à ce chiffre de l'enquête GREAT PLACE TO WORK® 2022 que nous souhaitons voir s'améliorer.

2022

## FOCUS PAYS



### Préserver la santé des Kiabers en Asie

En 2022, le Gouvernement de Hong Kong a octroyé des subventions aux entreprises présentes sur place afin de mener des actions de soutien aux collaborateurs touchés par la pandémie de Covid 19. L'objectif : veiller au maintien de la santé mentale et physique des travailleurs et les encourager à poursuivre leur activité dans les meilleures conditions.

Nous avons souhaité en faire bénéficier pleinement les Kiabers en mettant en place des programmes de bien-être dans tous les bureaux d'Asie comme un bilan santé complet et des ateliers de massage. Les retours sont très positifs et nous encourageant à poursuivre ces programmes en 2023.

## Chiffres 2022

**18,4%** de turn-over  
(vs 13,4% en 2021)\*

Le turnover est un indicateur révélateur du bien-être en entreprise. Même s'il est sain d'avoir du turnover, celui-ci doit être relatif et maîtrisé. Cette tendance à l'augmentation du taux de turn-over global est visible dans l'ensemble de nos pays européens et notamment en France suite à la pandémie de Covid 19 et aux confinements successifs.

\*Hors Russie (fermée en 2022) et Turquie (ouverte en 2022).



# PRÉSERVER LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ DES KIABERS

Depuis toujours préserver la santé et la sécurité de nos équipes est au cœur de nos préoccupations et nous travaillons pour prévenir et limiter au maximum les accidents, maladies et arrêts de travail pour causes professionnelles.

En 2022, le taux de turn-over a augmenté significativement, nécessitant de porter une attention particulière à la formation initiale des nouveaux arrivés - CDI, CDD ou intérimaires - pour limiter les risques sur leur santé et leur sécurité. Les changements organisationnels liés à la période Covid et aux adaptations imposées par le marché du textile ont aussi éprouvé les équipes et nécessitent un accompagnement renforcé. Nous avons ainsi mis en place des études ergonomiques et des formations sur ces sujets. Pour évaluer l'efficacité de nos actions, nous mesurons des indicateurs comme le taux d'absentéisme, de maladies professionnelles et le nombre d'accidents du travail.



## Les actions 2022

### Des études ergonomiques en magasin

Durant toute l'année 2022, des ergonomes sont venus auditer nos magasins à travers le monde afin de faire un état des lieux des process et méthodes de travail des Kiabers sur le terrain. Port de charges, mise en rayon, déchargement des camions et stockage en réserve... autant de situations observées par des professionnels pour optimiser au maximum les conditions de travail des équipes en magasin. Ces observations ont permis d'écrire des plans d'actions spécifiques à déployer dès 2023. A titre d'exemple, une étude sera menée pour repenser les emballages et box d'approvisionnement à destination des magasins. L'objectif est de limiter le nombre de manipulations des vêtements tout en assurant un transport optimal. Cette étude sera également l'occasion de revoir nos contenants pour limiter l'utilisation de plastiques.

### Des relais sécurités formés en entrepôt

Pour limiter les risques d'accidents en entrepôt, nous nous sommes faits accompagner par des organismes professionnels de l'Etat. Des actions ont ainsi été déployées sur l'année 2022 comme par exemple la poursuite de la formation de collaborateurs relais sécurité sur l'ensemble des périmètres de l'entrepôt. Leur mission : sensibiliser leurs collègues aux questions de sécurité sur le terrain et prévenir les risques (gestes et postures, ergonomie, prévention) via notamment la réalisation d'audits de leur site.

« J'ai toujours été sensible à la sécurité, j'aime que tout soit à sa place pour la sécurité de tous. Je suis également bien au fait des gestes et postures, j'ai fait une formation à ce sujet. Je suis leur interlocuteur pour répondre à leurs questions et les écouter quand il y a une situation dangereuse. C'est valorisant de veiller sur les autres, je me sens responsabilisé et j'ai l'impression d'être un ange gardien ! »

#### Rudolphe

relais sécurité depuis 2018, un des premiers relais sécurité du site de Lauwin Planque

## Chiffres 2022

**0,3%** de maladies professionnelles  
32 cas au niveau mondial  
(vs 0,4% en 2021, soit 32 cas)

**23,9** de taux de fréquence des accidents  
du travail (vs 15,4 en N-1)\*

Cette hausse s'explique en partie par le fait qu'en 2021, les périodes d'activité partielle, notamment dans les BU françaises, ont réduit la possibilité d'accidents du travail. Une autre explication vient de l'augmentation du taux de turn-over : il a fallu sensibiliser et former les nouveaux arrivés aux questions de santé-sécurité. Nous restons stables avec le taux 2019 mais cela reste un axe de travail sur 2023.  
(\*hors ASIE et Portugal)

**6,3%** d'absentéisme en 2022  
(vs 5,3% en 2021)\*

Cette hausse du taux s'explique par le fait qu'en 2021, les arrêts maladie pour Covid 19 ou pour garde d'enfants étaient encore nombreux. Cela reste néanmoins un axe de travail pour 2023.

\*Périmètre 2022 : hors Italie, périmètre 2021 : hors Italie et Belgique

## Des formations dédiées à la santé et la sécurité

Pour limiter les risques d'accidents du travail, de maladies et réduire l'absentéisme, que ce soit pour cause physique ou psychologique, nous formons les Kiabers les plus exposés sur les risques liés à leur activité. Quels que soient leurs métiers, leurs postes ou leurs lieux de travail, nos équipes sont régulièrement sensibilisées sur ces sujets.

## Les formations par pays

Nous dispensons pour les collaborateurs concernés des formations sur la santé-sécurité\* :

- Braquage et incivilités clients (pour les magasins) ;
- Gestion de crise (suicide, incendie, accident grave en magasin...);
- Secourisme (SST) ;
- Gestion de l'agressivité client niveau 1 ;
- Exercice d'évacuation ;
- Sensibilisation aux risques psycho sociaux (RPS) ;
- Formation incendie en magasin ;
- Gérer l'agressivité physique, verbale et le braquage et le vol ;
- Limiter les risques de troubles musculosquelettiques.

\*Liste non exhaustive et non représentative de tous les pays et toutes les activités.

Great  
Place  
To  
Work.

**80%** des Kiabers reconnaissent évoluer dans un environnement de travail sécuritaire (en baisse vs 2021 de 4 pts).

Taux en baisse qui s'explique en partie par le fait qu'en 2021 les collaborateurs avaient répondu à la question « au regard du contexte covid.

2022 VS 2021

## Objectifs 2023

**RÉDUIRE L'ABSENTÉISME ET LE NOMBRE D'ACCIDENTS DU TRAVAIL D'1/2 POINT**

## Des outils de prévention en magasin

En magasin, depuis 2014, nous avons intégré un outil de contrôle interne. Il permet de mesurer et limiter les risques relatifs à la sécurité des personnes et des biens, au non-respect du droit du travail, aux flux financiers et de marchandises. Grâce à ce dispositif, les magasins français, espagnols et belges peuvent s'auto-évaluer annuellement (par exemple, vérification du bon fonctionnement des robinets d'incendie armés, issues de secours, etc.). Ces auto-évaluations sont doublées de validations réalisées par l'équipe contrôle interne de la filiale. Elle réalise des audits en magasin, par échantillon, pour apprécier la qualité de l'auto-évaluation et le niveau de risque du magasin. L'Italie suivra en 2023.

### ► Chiffres 2022 :

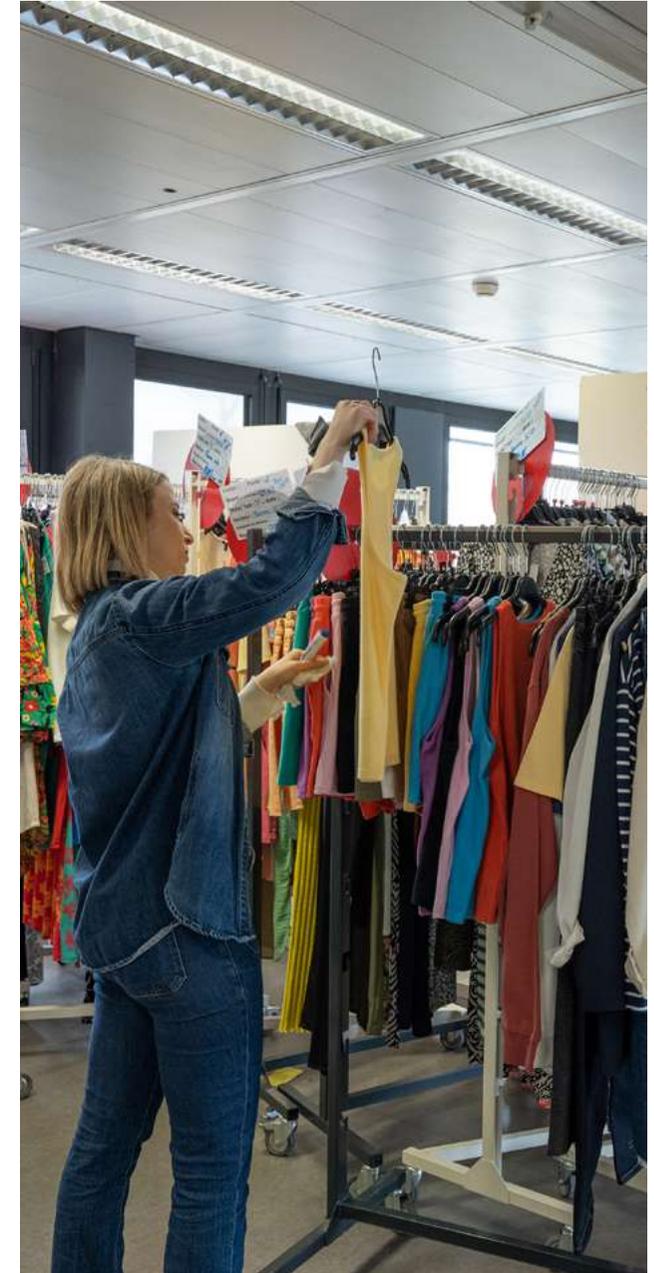
- **42 audits magasins ont été réalisés**

### FOCUS PAYS



### Le projet gestion des réserves en magasin - Espagne

Le projet est né en 2022 de la nécessité d'assurer une meilleure sécurité des Kiabers en magasin. Nous avons constitué, et réuni régulièrement, un groupe de travail composé des acteurs concernés en magasin, puis nous avons testé nos idées dans 6 magasins aux caractéristiques différentes. Nous avons ainsi travaillé sur le maintien de l'ordre et la propreté, l'optimisation des espaces dans nos réserves, l'amélioration de la méthodologie de travail ainsi que sur la visibilité des produits pour une implantation plus fluide en magasin. Les résultats sont positifs : nous répondons désormais aux exigences de qualité ISO 9001. L'étape suivante sera de déployer dès 2023 ces nouveaux process à l'ensemble du parc magasins et de monitorer et analyser nos indicateurs liés à la santé et la sécurité des collaborateurs.



# FAVORISER LE BIEN-ÊTRE ET LA PERFORMANCE GRÂCE À LA DIVERSITÉ

**Nous sommes convaincus que la diversité est un facteur essentiel de bien-être et de performance au travail. Nous intégrons ainsi dans nos équipes des Kiabers sans distinction de sexe, d'âge, de culture, de handicap, de temps de travail ou encore de niveau de diplôme. Pour nous, c'est de la diversité que naît la richesse et nous agissons au quotidien pour la rendre possible.**

Notre enjeu 2022 était de travailler à cadrer la question de la diversité au niveau mondial, au regard des différences culturelles et réglementaires des différents pays dans lesquels nous sommes implantés.

## Un référent diversité monde

Afin de poser le cadre de ce qu'est la diversité chez KIABI au niveau mondial, un référent diversité international a été nommé en janvier 2022. Accompagné d'un comité composé d'experts et de Kiabers dans différents pays, il a réalisé un état des lieux de l'ensemble des actions menées dans les différents pays sur le sujet dans le but d'écrire, à terme, une feuille de route commune au groupe. Cet état des lieux a permis de prendre conscience de la multiplicité des définitions de la notion de diversité et des très grandes différences culturelles existant entre les pays sur cette question. Par exemple, le Bangladesh travaille sur l'intégration de plus de femmes dans ses effectifs, la Belgique quant à elle se fixe comme objectif de favoriser l'emploi des seniors.

## Objectifs 2023

**ÉCRIRE LA POLITIQUE GROUPE EN MATIÈRE DE DIVERSITÉ, POUR LA FAIRE VIVRE ET LA DÉPLOYER DÈS 2024**



2022 VS 2021

### Une entreprise inclusive :

- 97%** des Kiabers disent être traités équitablement quelle que soit leur orientation sexuelle (+3 points Vs 2021) ;
- 81%** se disent traités équitablement quel que soit leur âge (Stable Vs 2021) ;
- 83%** des collaborateurs déclarent être traités comme des membres à part entière, quelle que soit leur fonction dans l'entreprise. (En progression de 1 point Vs 2021).

Great  
Place  
To  
Work.

## FOCUS PAYS

### L'intégration de réfugiées en Italie

En Italie, KIABI a décidé d'agir pour l'intégration des femmes réfugiées. Nous avons collaboré avec UNHCR, l'agence des Nations Unies pour les réfugiés, et Fondazione Adecco per le Pari Opportunit, un organisme qui coordonne un projet de soutien des réfugiées et des demandeurs d'asile. Des parcours d'orientation et d'insertion professionnelle sont ainsi proposés à ces réfugiées. Nous avons, en 2022, contribué à accompagner 8 de ces femmes dans 6 de nos magasins.

En savoir + : <https://www.unhcr.org/it/cosa-facciamo/partner/progetti/fondazione-adecco/>

## Une politique handicap volontariste

Nous avons signé en 2021 notre 7ème accord handicap basé sur l'égalité des chances. Notre volonté est d'offrir les mêmes opportunités en termes de recrutement, de formation, de rémunération, d'évolution ou encore de mobilité à tous les Kiabers, valides ou non. Les grands enjeux de cet accord sont le recrutement, la formation et l'insertion, la sensibilisation et la communication.

Nous rendons ainsi accessibles tous les postes qui peuvent l'être aux collaborateurs en situation de handicap via un plan de formation, une adaptation de poste si nécessaire et un accompagnement managérial dédié. Des référents handicap sont formés dans chaque BU, accompagnés de relais sur le terrain. Leur mission : accompagner et orienter les collaborateurs en situation de handicap vers les organismes externes compétents et les informer sur les droits accessibles dans l'entreprise. Enfin, chaque année, un budget de 150 000€ est consacré à des actions d'information, de sensibilisation ainsi qu'à des adaptations de postes individuelles.

Great Place To Work.

94% des collaborateurs disent être traités équitablement quel que soit leur éventuel handicap.

2022

“ J'ai bien plus appris aux côtés d'Hénia, qu'elle n'a pu le faire, elle m'a épatée par sa résilience et sa force, cette initiative était super, je suis sûre qu'il y aura encore plus de monde engagé l'an prochain. J'en parle autour de moi ! ”

Keltouma

Kiaber ayant participé au Duo Day 2022.

## Chiffres 2022

3% de collaborateurs à capacité différente dans le monde soit 282 KIABERS (vs 2,8% en 2021, soit 251 Kiabers)

## FOCUS PAYS

### Une campagne sur le handicap aux services centraux en France

En 2022, une campagne de communication et d'animation autour du handicap a été déployée aux services centraux. Au-delà de supports de communication dédiés, des actions concrètes ont été menées avec des résultats très positifs :

- La constitution d'une équipe de relais handicap dédiée ;
- Des interventions dans les équipes et en COLEAD ;
- Un maillage fort avec notre environnement proche du handicap ;
- Une plus grande implication des recruteurs et des managers ;
- Une participation importante au DUO DAY\* ;
- Une recherche d'actions complémentaires pour aller plus loin avec des structures d'insertion spécialisées comme des ESAT (Etablissements ou Services d'Aide par le Travail).

*\* Une entreprise, une collectivité ou une association accueille, à l'occasion d'une journée nationale, une personne en situation de handicap, en duo avec un professionnel volontaire. Au programme de cette journée : découverte du métier, participation active, immersion en entreprise.*



## L'égalité professionnelle, des actions concrètes

Nous menons une politique active pour garantir l'égalité entre les hommes et les femmes au sein du groupe.

Nous avons par exemple signé un accord sur l'égalité professionnelle en 2021, dont la mise en application s'est déployée sur l'année 2022. Il offre par exemple le maintien de la rémunération à 100% durant tout le congé paternité, il assure une augmentation égale à la moyenne de l'ensemble des augmentations de salaire à la sortie d'un congé parental à tout Kiaber, ou encore, la possibilité de maintenir un temps partiel jusqu'aux 6 ans de l'enfant (la réglementation oblige l'employeur à accepter seulement jusqu'aux 3 ans de l'enfant) et l'adaptation du temps et des conditions de travail au retour du congé maternité ou paternité.

2022 VS 2021

94% des collaborateurs reconnaissent être traités équitablement quel que soit leur genre (Stable Vs 2021).

Great Place To Work.

## FOCUS PAYS

### L'intégration des femmes au Bangladesh

Au Bangladesh, les femmes ne représentent que 13% des effectifs de KIABI. Convaincus que la diversité au travail favorise la collaboration et améliore la productivité, nous agissons pour favoriser les recrutements féminins sur nos sites. Concrètement, à compétences et aptitudes équivalentes, nous sélectionnons davantage de candidatures féminines. Nous proposons également des solutions de garde d'enfants ou de travail hybride pour assurer un meilleur équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle. Nous avons également organisé une formation sur la diversité et l'inclusion menée par Shankaru Silmula venu d'Inde. Elle a été très efficace pour sensibiliser les équipes au sujet de la diversité et de l'importance de l'équilibre homme-femme dans l'entreprise. Nous envisageons de poursuivre dans cette voie en 2023 en proposant d'autres interventions de ce type.

# ÉCOUTER ET PARTAGER, BASES DE NOTRE CULTURE MANAGÉRIALE

Écouter les Kiabers via des enquêtes comme **Great Place to Work®**, mais aussi et surtout en individuel, lors de temps dédiés avec le management est un élément essentiel de notre politique humaine. Partager ses besoins, ses inquiétudes, mais aussi ses fiertés et ses victoires fait partie de notre ADN d'entreprise. De nombreux rites managériaux viennent rythmer la vie des Kiabers et de leurs managers depuis des années, et ces rites ont évolué en 2022 pour répondre au contexte de sortie de crise et de transformation auquel nous faisons face.

Great Place To Work.

- 81%** des Kiabers déclarent que le management est accessible, ouvert au dialogue ;
- 80%** déclarent que le management fait confiance pour accomplir le travail sans avoir à les contrôler constamment ;
- 81%** disent que le management a une idée précise des objectifs de l'entreprise et sait comment les atteindre ;
- 77%** disent que le management invite les collaborateurs à donner des idées et suggestions et s'efforce d'en tenir compte.

2022

## Des rites individuels et collectifs réguliers

### Les temps de partage individuels

#### Le process d'intégration

Le process d'intégration consiste à accompagner au mieux chaque nouveau collaborateur. Dès qu'il accepte de rejoindre KIABI, notre process d'accueil démarre.

Notre volonté est de proposer à chaque nouveau Kiaber une expérience inédite en l'immergeant dans notre culture et en développant son sentiment d'appartenance à la famille des Kiabers avant même son arrivée concrète dans l'entreprise grâce à :

- Un accompagnement de proximité ;
- Un accès à des informations utiles et pratico-pratiques avant même son arrivée ;
- Un <WelKome Plan> clair pour l'accompagner sur le terrain.

Cette intégration précoce permet aussi de montrer au futur arrivé qu'il est attendu dans les équipes.

#### L'entretien de développement annuel

L'entretien annuel entre le Kiaber et son Leader est un moment privilégié pour faire le point sur l'année écoulée : les réussites, les points d'amélioration et le projet professionnel. Pendant l'entretien de développement annuel, Leader et Kiaber sont invités à prendre du recul, mais aussi à réfléchir et se projeter, ensemble, sur l'avenir professionnel du collaborateur concerné et sur son projet professionnel en s'appuyant sur quatre dimensions : envies, compétences, talents, environnement de travail.

#### L'entretien de développement "on going"

Cet entretien entre chaque Kiaber et son manager se déroule au minimum une fois par trimestre et a pour objectif de faire un point d'étape au cours de l'année sur ses ressentis, ses besoins et d'assurer le suivi de ses objectifs individuels.

#### Le debriefing rémunération

Chaque année, un échange est organisé avec chaque Kiaber pour évoquer son niveau de rémunération au regard du marché, du niveau de responsabilités et de son expertise. Une occasion de parler en toute transparence de ce sujet.

### Des temps de partage collectifs

#### Les « We Kiabers, le Live »

Chaque mois, une réunion est organisée avec l'ensemble des Kiabers. Partage des messages clés, performance économique du mois, tendances collection, ou projets en cours, la parole est donnée aux Kiabers et aux membres du Comité de Direction. L'objectif : donner de la visibilité à l'ensemble des équipes sur la situation et les projets de l'entreprise.

#### La talent review

Chaque année les souhaits d'évolution et les compétences des Kiabers sont mis en perspective avec les opportunités d'évolution interne. L'objectif est, d'une part, de faire se rencontrer les talents et les projets des Kiabers avec les besoins de KIABI et, d'autre part de permettre aux Kiabers de changer de métier ou encore de pays, selon les opportunités offertes au sein du groupe. La talent review permet également à l'entreprise d'anticiper les évolutions.

#### Les réunions d'équipes

Ces réunions animent de façon régulière chaque service avec pour objectif de partager l'information, d'échanger sur les projets en cours et plus largement sur l'actualité du service. Plusieurs formats et rythmes sont proposés afin de répondre au mieux aux besoins et contraintes organisationnelles de chaque service.

#### Le lancement d'année

Organisée à la fin de l'année, cette réunion est l'occasion de présenter le bilan de l'année écoulée, la projection de l'année à venir et le cadre stratégique à l'ensemble des collaborateurs. Temps fort énergisant et convivial, elle s'est déroulée cette année en présentiel avec des collaborateurs du monde entier.

## Objectifs 2023

**ASSURER QUE TOUS LES RITUELS SONT PARTAGÉS PARTOUT DANS LE MONDE**

# FORMER LES KIABERS POUR RÉPONDRE AUX ENJEUX DE DEMAIN

Dans le contexte de transformation que nous vivons depuis trois ans, qui s'est intensifié en 2022, accompagner nos Kiabers via la formation est essentiel. Former pour développer leurs compétences et maintenir leur employabilité d'une part, mais aussi pour leur permettre de mieux appréhender et vivre ces changements permanents. En 2022, nous avons ainsi intensifié l'accompagnement de nos Leaders notamment, véritable pierre angulaire de l'accompagnement des équipes, et cela au niveau international.

Great  
Place  
To  
Work.

67% disent que KIABI offre des formations ou des opportunités de développement utiles à leur évolution professionnelle.

2022

## Les actions 2022

### Des coachings individualisés

Nous accompagnons les Kiabers via des programmes de coaching individuel. Les objectifs sont doubles : d'abord, permettre au Kiaber d'être acteur de son développement en se connectant à ses propres ressources et agir en conscience dans son domaine de responsabilité. Ensuite, ces programmes permettent à KIABI de cultiver la singularité de sa politique humaine. En version « classique » ou « flash » (de 1 à 4 séances), cet accompagnement a remporté un vif succès auprès d'un large public chez KIABI en 2022. Ce dispositif, déjà proposé en France, a été notamment ouvert à l'Italie et son déploiement se poursuivra à d'autres pays en 2023.

#### ► Chiffres 2022 :

**+ de 500 heures de coaching pour + de 70 Kiabers en France, Italie et Belgique.**

### Des formations au Management et Leadership

Chez KIABI, nos Leaders sont les piliers de notre stratégie Ressources Humaines. Ceux sont eux qui transmettent valeurs, culture, stratégie et plans d'actions à l'ensemble des équipes et qui écoutent chacun en retour. Ce rôle clé se doit d'être accompagné au mieux. Ainsi, nous proposons des formations au leadership aux Kiabers, recrutés en Contrat à Durée Déterminée, Contrat à Durée Indéterminée et également en alternance. Nous dispensons par exemple un parcours de développement personnalisé aux co-Leaders magasin en alternance, durant toute la durée de leur contrat.

#### ► Chiffres 2022 :

**- + de 200 Kiabers formés sur la thématique du leadership et du management en France.**

### Une école des métiers dédiée à la formation des métiers en magasin

Chez KIABI, nous disposons d'une école des métiers dédiée à la formation des métiers en magasin. L'ensemble des compétences nécessaires à l'activité des magasins y sont abordées : vente, merchandising, stratégie commerciale, sécurité, gestion de l'activité magasin... Ces formations sont déployées à l'international, avec un socle de connaissances et compétences commun et des adaptations locales sont proposées selon les spécificités de chaque pays.

### L'accompagnement des formateurs internes

Les années de pandémie et les changements constants des modalités de formation incluant de plus en plus de distanciel ont eu un impact négatif sur la mobilisation de nos formateurs internes. Nous avons ainsi travaillé ce sujet en 2022 en lançant un projet « trainers » dont l'objectif est de créer une communauté internationale de formateurs autonomes capables de partager le savoir-faire du groupe aux Kiabers.

### Les prémisses de l'Akadémy by K

En 2023, KIABI lancera en France son Akademy dédiée à la formation des Kiabers, mais aussi de collaborateurs d'autres entreprises. 2022 a donc été l'année des préparatifs de ce projet. En effet, cette Akademy répond à plusieurs enjeux pour le groupe en termes de croissance, de transmission de savoirs, de maintien de l'employabilité, et, plus largement d'attractivité.

## Chiffres 2022

**90 957** heures de formation  
vs 86 002 en 2021 (hors Russie). Cette évolution positive s'explique essentiellement par la digitalisation des formations en Italie et les ouvertures de magasins en Espagne nécessitant la formation des nouveaux collaborateurs.

**11,7** heures de formation en moyenne  
par collaborateur formé  
(vs 9h en 2021 sur France, Italie et Portugal)

**48,1%** des collaborateurs formés quelque soit leur  
durée de présence  
(nouvel indicateur)

## Objectifs 2023-2024

**FAIRE ÉVOLUER LES SOLUTIONS DIGITALES DE FORMATION ET LES INTERNATIONALISER**

# RECRUTER ET MANAGER LES TALENTS POUR PRÉPARER L'AVENIR DU GROUPE

Attirer, fidéliser et faire évoluer les talents est devenu un enjeu crucial ces dernières années pour préparer l'avenir de l'entreprise dans le contexte de transformation que nous traversons. Pour y répondre au mieux dès 2021, un objectif de cartographie des talents internes et d'anticipation des postes clés a été fixé dans la stratégie Ressources Humaines Groupe. Une nouvelle organisation des RH, a redéfini les rôles entre le niveau global groupe et le local, laissant ainsi davantage de liberté aux pays de mener des actions selon leurs spécificités et leurs besoins.

Great  
Place  
To  
Work.

86% des Kiabers disent que les nouveaux collaborateurs sont bien accueillis.

2022

## Les actions en 2022

### Attirer les futurs Kiabers

#### Une nouvelle marque employeur en cours de création

En 2022, KIABI a intensifié sa stratégie de recrutement sur les différents domaines. Pour cela, notre marque employeur a été retravaillée en lien avec la nouvelle identité de marque du groupe « Toujours plus pour les familles ». L'objectif de cette nouvelle stratégie est d'attirer des talents du monde entier pour participer à la croissance et à l'expansion de KIABI partout dans le monde.

Son déploiement est prévu en France et en Espagne au premier semestre 2023 et à l'ensemble des autres pays au cours de l'année 2023. En complément, le système de cooptation de la part des Kiabers a été intensifié afin qu'ils partagent des profils intéressants pour l'entreprise.

« Les personnes étaient attentives et à l'écoute de mes remarques / besoins / suggestions, ce qui m'a tout de suite mise à l'aise. »

▲ Candidat reçu en entretien

#### Une plateforme dédiée au pré-on boarding

Depuis 2022, l'accueil d'un nouveau collaborateur commence avant même son arrivée chez KIABI grâce à une plateforme dédiée. Diffusée au niveau international, elle regroupe des vidéos, des témoignages, des présentations permettant aux futurs Kiabers de se familiariser avec les valeurs, la culture, de découvrir la stratégie de l'entreprise avant même d'en faire véritablement partie.

#### ► Chiffres 2022 :

- 1000 Kiabers ont profité de cette plateforme et 93% d'entre eux ont donné une note de 4 ou 5 étoiles sur 5 au parcours.

« Je trouve la plateforme quali et très intuitive ! La majorité des sujets sont présents, de l'histoire de la marque jusqu'aux enjeux, c'est très complet ! En tous cas bravo, car la démarche est facilitatrice pour le nouvel arrivant, ce qui lui permettra d'être accompagné dans son intégration. »

▲ Abdelaziz  
Leader régional

## Manager les talents

### Le projet HiPo pour anticiper la succession des postes clé

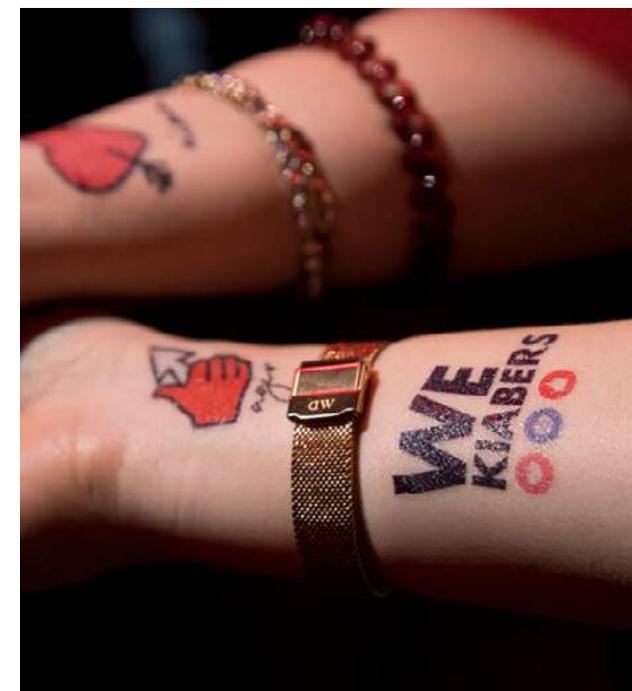
La cartographie des talents initiée en 2021 a permis l'identification de 15 profils au niveau international à accompagner spécifiquement pour les préparer à la prise de postes clés dans les années à venir. 15 Kiabers prometteurs que nous accompagnons individuellement afin de leur permettre d'assurer demain une mission centrale pour l'avenir du groupe.

## Objectifs 2023

POURSUIVRE LE DÉPLOIEMENT DE NOTRE MARQUE  
EMPLOYEUR POUR RECRUTER DE NOUVEAUX TALENTS

ACCOMPAGNER L'ÉVOLUTION INTERNE DES KIBERS

SÉCURISER NOS ORGANIGRAMMES



# GARANTIR LA QUALITÉ DE NOS PRODUITS POUR NOS CLIENTS

Chaque remontée client qui nous est adressée, que ce soit via les magasins ou via notre service client, est étudiée avec une grande attention : tout signalement d'une défaillance produit pouvant porter atteinte à la santé ou à la sécurité de nos clients est directement relayée à notre service assurance qualité. Il est pris en compte dans les 24h.

Selon la situation, le produit peut être confié à un laboratoire indépendant pour vérifier sa conformité physique et chimique aux normes en vigueur sur l'ensemble de nos marchés de distribution. Dans les rares cas où une non-conformité pouvant occasionner un risque pour la santé ou la sécurité du client est avérée, une procédure de rappel produit est lancée directement vers nos clients via une plateforme européenne. Le produit est immédiatement retiré de la vente. Ce retrait est d'ailleurs monitoré pour en vérifier la bonne application.

Les allergies restent la première cause de risque de blessure identifiée chez KIABI. Nous avons mis en place des plans d'actions spécifiques ainsi que des plans d'amélioration continue pour limiter ces risques : ils impliquent l'ensemble des acteurs de la chaîne, de l'approvisionnement, à la production dans les usines, en passant par la conception et la mise au point.

En 2022, nous avons travaillé particulièrement sur la formation aux actions correctives à mettre en place entre nos équipes qualité au niveau mondial. Par ailleurs, les nombreuses actions de management des risques santé sécurité ont porté leurs fruits : nous avons en effet enregistré moins de retours clients qu'en 2021.

## FOCUS

### Augmenter le nombre de références certifiées

Depuis 2021, KIABI propose des produits certifiés STANDARD 100 by OEKO-TEX® confiance in textile pour les sous-vêtements, la lingerie, les produits nuit, les produits bébé et les t-shirts. Ce label est délivré par un organisme indépendant. Il garantit, pour les produits certifiés, un taux de produits chimiques nocifs inférieur aux limites reconnues comme dangereuses pour la santé des utilisateurs. Souhaitant aller plus loin, KIABI a obtenu la certification en propre (visible dès 2023). Cela facilite notre communication à destination de nos clients (nous n'avons plus à demander les certifications à nos fournisseurs étant nous-mêmes certifiés) et d'avoir une traçabilité optimale sur le sujet. Nous nous engageons à augmenter chaque année la part de produits certifiés dans nos collections.

► **Chiffres 2022 :**  
664 références certifiées (Vs 30 en 2021).

## Objectifs 2024

OBTENIR LA CERTIFICATION ISO9001 DE NOS ACHATS MARCHANDS, PREUVE DE QUALITÉ POUR NOS CLIENTS ET PARTENAIRES

## Chiffres 2022

37 produits ont fait l'objet d'une alerte client (48 en 2021)

1 référence retirée de la vente (15 en 2021)

0 rappel produit (1 en 2021)

# MESURER LE NIVEAU DE RECOMMANDATION DE NOS CLIENTS

Nous mesurons le niveau de satisfaction de nos clients via le NPS (score de recommandation). Nos clients donnent une note entre 0 et 10 :

- entre 0 et 6, ils sont considérés comme détracteurs ;
- entre 7 et 8 comme neutres ;
- entre 9 et 10 comme promoteurs.

Le NPS calcule la différence entre promoteurs et détracteurs, il peut alors varier de -100 à +100.

Nous avons des objectifs dans chacun de nos pays, le but étant d'avoir le plus de clients satisfaits et qui recommanderaient KIABI autour d'eux. Par exemple, en France, notre NPS 2022 est de 67 (62 en magasin et 69 sur le web). Il est égal à la moyenne des NPS des 6 entreprises passant par Critizr notre prestataire. Nous avons comme cible France 2023 70.

► **Chiffres 2022 :**  
- NPS monde de 68 (vs 67 en 2021).



# AGIR AVEC ÉTHIQUE

Depuis des années, la confiance et la responsabilité sont inscrites dans nos valeurs. Elles nous engagent à être exemplaires et intègres dans tout ce que nous faisons. Chacun d'entre nous se doit d'agir et d'amener ses parties prenantes autour de lui à agir en toute légalité et intégrité.

L'année 2022 a été une année charnière durant laquelle nous avons revu notre démarche et renforcé la gouvernance de nos dispositifs de conformité avec notamment la création du Service éthique des affaires. L'objectif est de maintenir la robustesse de nos dispositifs dans la durée et d'inscrire les pratiques éthiques dans nos processus opérationnels.



## Un périmètre clairement défini

Le service éthique des affaires a sous sa responsabilité :

- La protection des données à caractère personnel – Conformité au RGPD ;
- La lutte contre la corruption – Conformité à la Loi Sapin II.

Il accompagne et aide au pilotage du dispositif de respect des droits Humains et de la protection de l'environnement – Conformité au Devoir de vigilance.

## Un plan d'actions en 3 grands axes

La dynamique de l'éthique des affaires se décompose en 3 axes :

- **Axe 1 : Personnes et Cultures** : influencer sur le comportement des Hommes avec comme levier l'exemplarité ;
- **Axe 2 : Le respect des lois et règlements** : maintenir un haut niveau de conformité des dispositifs ;
- **Axe 3 : Des processus efficaces** : s'intégrer dans les processus de l'entreprise pour rendre possible, favoriser et diffuser les pratiques éthiques.

### Personnes et Cultures : développer la confiance entre nos parties prenantes

L'éthique dans l'entreprise est indispensable pour instaurer les fondements de la confiance entre les Kiabers. En relation avec les équipes Ressources Humaines et guidés par le Comité Éthique et Compliance, nous sensibilisons les collaborateurs afin que chacun d'entre eux :

- Agisse avec intégrité, transparence, et en conformité avec les lois et règlements applicables ;
- Adopte en toute circonstance une démarche volontaire, sécuritaire et responsable à l'égard des Hommes, de l'environnement, de l'entreprise et de l'ensemble de nos parties prenantes.

Notre priorité est d'accompagner les leaders des achats directs et indirects ; achats qui sont réalisées dans un contexte international. Nous conseillons également les équipes de développement dans la maîtrise des risques d'ouvertures de nouveaux points de contacts.

## Le respect des lois et règlements : La Loi Sapin II et le RGPD

### La conformité RGPD : assurer la protection des données personnelles

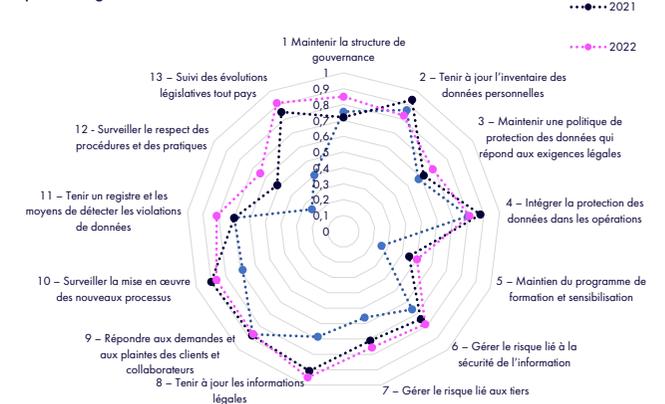
La conformité au Règlement Général sur la Protection des Données à caractère personnel est animée dans chaque pays européen par notre Data Protection Officer, et un réseau de référents.

Le management de ce programme s'articule sous 13 thématiques couvrant 4 axes :

- 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.

Voici les auto-évaluations de notre dispositif.

Conformité RGPD- Auto-évaluation % de mise en œuvre par catégorie



L'année 2022 a été marquée par l'arrivée d'un nouveau Data Protection Officer, expérimenté et certifié. Il permet, en offrant son regard externe, de donner une nouvelle dynamique à notre programme de conformité. L'ensemble des registres de traitement a été revu par les équipes opérationnelles et retranscrit dans un outil dédié multi lingue. Les registres sont ainsi plus accessibles, compréhensibles, facilitant la mise à jour et la maîtrise de nos traitements.

### La conformité à la Loi Sapin II : lutter contre la corruption

Les recommandations de l'AFA (Agence Française Anti-corruption) nous guident dans la mise en œuvre d'un dispositif de lutte contre la corruption.

Notre programme s'articule donc suivant les 8 piliers de la loi :

- Pilier n°1 : Code de conduite Anticorruption ;
- Pilier n°2 : Dispositif d'alertes interne ;
- Pilier n°3 : Cartographies des risques de corruption ;
- Pilier n°4 : Evaluation des tiers ;
- Pilier n°5 : Mise en œuvre de contrôles comptables ;
- Pilier n°6 : Actions de prévention de la corruption ;
- Pilier n°7 : Mise en œuvre d'un régime disciplinaire ;
- Pilier n°8 : Mesure de la performance du dispositif.

Nous disposons d'un code de conduite, accessible par tous les Kiabers. Il a été adossé à notre règlement intérieur en France afin d'être associé aux régimes disciplinaires en vigueur dans l'entreprise.

Nous disposons d'un dispositif d'alertes internes et externes, accessible en 13 langues, incluant les langues de nos bassins de production afin de faciliter les lancements d'alertes. Il est actif et reconnu en externe. Nous nous sommes fixés comme objectif de le rendre visible facilement pour chaque Kiaber en Europe. C'est un outil indispensable complémentaire à un ensemble de canaux d'alertes, regroupant le management de proximité et les partenaires sociaux.

Nous avons, en 2022, relancé le programme de sensibilisation à la corruption pour nos équipes magasins. Nous le travaillerons de manière plus précise en 2023 pour les personnes exposées, à la suite de la nouvelle campagne de cartographie des risques prévue dès mars 2023.

### Des processus efficaces : l'éthique en pratique

Ce dernier programme est pour nous essentiel. Il est au cœur de notre dynamique et représente la pierre angulaire de la robustesse et de l'efficacité de nos dispositifs. Nous ne souhaitons pas créer une administration de l'éthique et de la compliance, mais une dynamique d'entreprise dont chacun est acteur.

Le Comité Éthique et Compliance se réunit à ce titre plusieurs fois par an pour animer, orienter et éclairer les initiatives en termes de pratiques éthiques. Les membres de ce comité sont le Directeur Général, la Présidente, un membre du conseil, le Directeur des Ressources Humaines, la Directrice Financière, le Data Protection Officer et le Leader de l'éthique des affaires.

## Objectifs 2023

**CENTRALISER LE PILOTAGE DES ACTIONS LIÉES À L'ÉTHIQUE ET À LA CONFORMITÉ DES DIFFÉRENTS PAYS POUR MIEUX MESURER ET SUIVRE NOTRE CONFORMITÉ.**

**CONTINUER DE DIFFUSER ET D'UNIFORMISER NOS POLITIQUES ÉTHIQUES COMME GARANTIE DE LA ROBUSTESSE DE NOS DISPOSITIFS.**

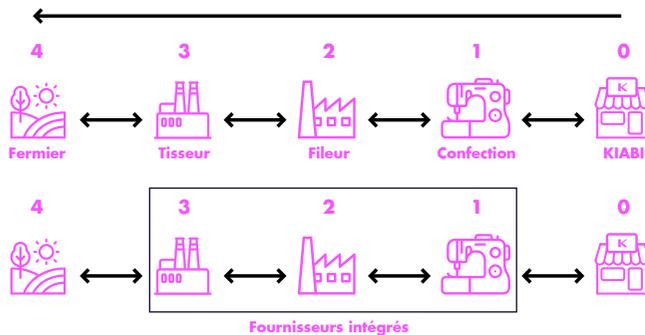
POUR ALLER + LOIN

L'éthique des affaires accompagne le programme de conformité au devoir de vigilance. KIABI travaille avec de nombreux partenaires. Nouer des liens de confiance dans la durée avec nos partenaires, qu'ils soient affiliés, franchisés, fournisseurs de marchandises, fournisseurs de biens non marchands ou encore prestataires, fait partie intégrante de la culture de l'entreprise. Pour nous assurer que nos partenaires sont engagés sur les aspects sociaux, sociétaux et environnementaux, nous avons mis en place des temps d'échange et un accompagnement dédié.



# RESPECTER LES DROITS HUMAINS

Nos collections sont principalement fabriquées en Asie et au Maghreb, où nous recherchons des savoir-faire précis et une expertise reconnue. Nous travaillons avec 200 fournisseurs de confection dits « de rang 1 ».



Fournisseur de rang 1 : fournisseur direct de KIABI  
Fournisseur de rang 2 : fournisseur d'un fournisseur de KIABI

Nous portons une attention particulière à la sélection de chacun de nos fournisseurs et maintenons notre vigilance tout au long de notre partenariat. Notre souhait est en effet d'entretenir des relations durables avec nos partenaires, en construisant ensemble une démarche d'amélioration continue.

Nos équipes Achat, Qualité et Compliance évaluent nos fournisseurs sur la base de critères stricts :

- Qualité ;
- Conformité des usines sur les volets sociaux et environnementaux ;
- Respect des délais ;
- Solidité financière, intégrité, transparence etc.

L'évaluation de ces critères permet de mesurer la progression de nos fournisseurs ainsi que leur conformité au cahier des charges. Nous partageons les résultats de nos évaluations avec chacun d'entre eux en toute objectivité.

\*La carte de nos pays de fabrication est disponible page 6.

## Encadrer nos relations fournisseurs grâce à un code de conduite exigeant

Notre code de conduite reprend nos exigences commerciales, éthiques, sociales et environnementales. Il doit impérativement être signé par chacun de nos fournisseurs et vise notamment à promouvoir des conditions de travail sûres et justes, à prendre des décisions d'approvisionnement responsables et à protéger les intérêts commerciaux communs des parties. Il est fondé sur des normes internationales reconnues comme la Charte des Nations Unies, les normes de l'Organisation Internationale du Travail (Conventions de l'OIT), la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, et la législation du travail applicable au niveau local. Notre code de conduite est intégré à chacun de nos contrats.

Afin de nous assurer que nos fournisseurs respectent le code de conduite signé avec KIABI, nous les formons et les auditons régulièrement.

## Chiffres 2022

**98%** des fournisseurs de rang 1 formés au code de conduite (91% en 2021)

Tous les fournisseurs s'engagent à respecter le code de conduite. En fonction de leur nature et de leur gravité, certaines violations de ce code de conduite sont appelées « violations de tolérance zéro » (ZTV).

Elles comprennent :

- Accès au site de l'usine refusé ;
- Travail des enfants ;
- Travail forcé/prison ;
- Les châtiments corporels ;
- Harcèlement sexuel ;
- Discrimination ;
- Violations de la liberté d'association ;
- Violations graves en matière de santé et de sécurité ;
- Non-respect des normes éthiques (corruption, manque de transparence, falsification de documents, sous-traitance non autorisée) et/ou de la législation en vigueur ;
- Non-respect des recommandations en matière de remédiation et de l'engagement du fournisseur à prendre des mesures correctives dans un délai raisonnable.

Cette procédure vise à renforcer la conformité sociale et environnementale de nos fournisseurs en encadrant les relations commerciales et les éventuelles pénalités en cas de non-respect (de la réduction des commandes à l'arrêt des activités).

## Faits marquants 2022

En 2022, nous avons structuré notre démarche au regard de notre plan de vigilance. En termes de management des risques, nous analysons désormais les risques par thématique en fonction du pays de distribution, voir du fournisseur, avec une notation plus fine. Cela nous permet de mieux cibler nos plans d'actions. Auparavant, notre lecture du risque était plus globale. Les 10 thématiques analysées sont les suivantes : travail des enfants, travail forcé, discrimination, pratiques disciplinaires, santé/sécurité, liberté d'association, heures travaillées, salaires et rémunérations, environnement, éthique et compliance durable. Nous avons également mis en place des indicateurs complémentaires permettant de mieux mesurer notre capacité et notre rapidité à réduire, voire supprimer, les risques préalablement détectés.



## L'évolution de la notation des audits (de 3 à 5 grades)

L'échelle des niveaux de risque est un élément crucial pour déterminer les risques majeurs. Elle a été retravaillée sur la base des méthodologies d'audit de BSCI (Amfori), ICS et SMETA (E.T.I) qui ont l'avantage de la rendre comparable et benchmarkable.

Le format de notation est A / B / C / D / E

Lettre	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

Selon le résultat de l'évaluation, un audit de contrôle est programmé à plus ou moins longue échéance.

Pour les usines de rang 1 :

A	B	C	D	E
12 mois	12 mois	9 mois	6 mois	3 mois

Cette nouvelle façon de classer les usines auditées permet de mesurer la progression de nos fournisseurs et usines.

### Que signifient nos notes ?

Plus la note est élevée (A ou B, par exemple), plus les audits sont espacés. Nous encourageons les fournisseurs à s'approprier la gestion de leur conformité. Plus la note est mauvaise, plus la fréquence des audits augmente. Une usine notée E est un signal d'alarme indiquant que des problèmes critiques ont été identifiés et que des actions correctives doivent immédiatement être mises en place. Nous encourageons l'amélioration continue et accompagnons nos fournisseurs dans la résolution de ces problèmes de non-conformité. Ce n'est que lorsque le fournisseur d'une usine classée E ne veut pas et/ou ne peut pas améliorer les problèmes dans les délais convenus que nous mettrons fin à la relation commerciale avec cette usine.

## Deux nouveaux objectifs ambitieux pour faire progresser nos partenaires

En 2022, nous nous sommes fixés deux nouveaux objectifs en termes de conformité :

- Aucune usine auditée de niveau E ne doit rester au niveau E après le plan de remédiation ;
- Toutes les nouvelles usines référencées doivent être de niveau A / B ou C.

Ces deux objectifs illustrent notre volonté d'amener les fournisseurs et usines de rang 1 à améliorer leur niveau de conformité.

Les nouveaux KPI pour suivre ces engagements sont :

- % de nouvelles usines de rang 1 référencées ayant eu la note A, B ou C ;
- % d'usines existantes de rang 1 notées E ayant eu une meilleure note dans les 6 mois.

### LE SAVIEZ-VOUS ?

#### Les audits BSCI, SMETA et ICS

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

#### BSCI :

Basée sur les normes de travail de l'Organisation Internationale du Travail, la BSCI (Business Social Compliance Initiative) d'amfori 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 et la santé et la 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 :

ICS (Initiative for Compliance and Sustainability) 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 67 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.

## Auditer régulièrement les usines de nos fournisseurs

Nous menons 2 types d'audits de conformité auprès de nos fournisseurs :

- L'audit social ;
- L'audit environnemental.

Ces audits peuvent être réalisés par notre équipe compliance interne, ou mandatés à des sociétés spécialisées. Des audits effectués par des tiers peuvent également être pris en compte. L'équipe de conformité récupère alors l'audit sur une plateforme externe telle que BSCI, SMETA, ICS, etc. Dans ce cas, 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 un audit réalisé par l'équipe interne KIABI, le second sera mené par une tierce partie et le troisième audit 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.

### ► Chiffres 2022 :

- **16% des audits ont été réalisés par notre équipe interne d'auditeurs composée de 9 personnes (1 à Hong Kong, 4 à Shanghai, 2 au Bangladesh, 2 en Inde) ;**
- **8% par des sociétés spécialisées ;**
- **77% par d'autres entreprises qui mettent à disposition leurs audits sur les plateformes amfori (BSCI), ICS et SMETA.**



## Les audits sociaux

En 2022, 1167 audits sociaux chez nos fournisseurs ont été réalisés et analysés (1016 en 2021). Nous engageons, avec les fournisseurs concernés, une démarche d'amélioration concertée pour corriger les non-conformités détectées (via des plans d'actions correctifs) et ajustons la fréquence de nos contrôles. Tous nos fournisseurs de rang 1 et de rang 2 « déclarés » sont audités chaque année sur le volet social.

## Chiffres 2022

**90%** des audits sociaux réalisés sur 2022 ont obtenu les notes A, B ou C

### Des plans d'actions correctifs en cas de non-conformité

En cas de non-conformité sur un des sujets audités, le fournisseur doit nous partager ses intentions de plans d'actions correctifs dans un délai de deux semaines.

Selon les cas, le calendrier de remédiation diffère :

- Non-conformité liée à la sécurité incendie : immédiate (dans un délai d'une semaine) ;
- Non-conformité relative aux salaires : immédiate (dans un délai d'une semaine) ;
- Non-conformité relative aux licences, permis, autorisations et certificats légaux : Immédiate (dans un délai d'une semaine) ;
- Non-conformité critique : immédiate (dans un délai d'une semaine) ;
- Non-conformité majeure : dans les 4 semaines (en fonction de la complexité du problème, lorsque l'auditeur doit faire preuve de jugement) ;
- Non-conformité mineure : dans un délai de 8 semaines (en fonction de la complexité du problème, le vérificateur doit faire preuve de jugement) ;
- Impossible à vérifier : immédiat (dans un délai d'une semaine).

Un audit de suivi aura lieu par la suite, dans un délai plus ou moins court, selon la note qu'aura obtenue le fournisseur ou l'usine.

### Un nouvel indicateur de suivi pour les usines nouvellement référencées de nos fournisseurs

Notre volonté est que l'ensemble de nos usines de rang 1 reçoivent la note A, B ou C. Cependant, il arrive que certaines de nos usines soient notées D ou E. Il nous paraît fondamental de ne pas travailler avec une usine classée E. Sur cette base, nous n'acceptons désormais plus qu'une usine puisse rester notée E plus de 6 mois après la mise en place du plan d'actions.

## Chiffres 2022

**100%** des usines existantes de nos fournisseurs de rang 1 notées E sur le 1<sup>er</sup> semestre 2022 ont eu une meilleure note dans les 6 mois

4 ont amélioré leur notation, 1 a vu sa collaboration avec KIABI s'arrêter.

## Les audits environnementaux

Depuis 2018, nous réalisons des audits environnementaux et formons nos équipes pour les réaliser. En 2022, nous avons décidé de nous baser sur le modèle d'audit environnemental ICS, de même que le plan d'actions correctif est suivi via cette plateforme.

Ces audits environnementaux se dirigent en priorité vers des fournisseurs dont le processus industriel est qualifié de « wet process », c'est à dire très consommateur en eau. C'est le cas notamment des usines réalisant les teintures et délavages. Ces usines doivent être auditées chaque année. Lors des audits environnementaux nous évaluons plus particulièrement :

- Le système de management environnemental ;
- Les consommations d'énergie, transport, GES ;
- L'utilisation de l'eau ;
- La gestion des eaux usées et effluents ;
- Les émissions dans l'air ;
- La gestion des déchets ;
- La prévention de la pollution, substances dangereuses et potentiellement dangereuses ;
- La gestion des interventions d'urgence.

## Chiffres 2022

**201** audits environnementaux réalisés sur 2022 dont 168 sur des usines de rang 2 qualifiées de « wet process » (138 audits en 2021)

**86,5%** des audits environnementaux réalisés sur 2022 ont obtenu les notes A, B ou C

**91%** d'usines dont les process sont qualifiés de « wet process » audités (74% en 2021)

## Sélectionner et référencer nos fournisseurs et usines de fabrication

Dès sa sélection, et avant même son référencement, tout nouveau fournisseur ou toute nouvelle usine de rang 1 est audité et passe par un processus d'intégration rigoureux. Pour les fournisseurs de l'Union Européenne de produits griffés KIABI, nous vérifions les rapports d'audits, type BSCI, qu'ils nous transmettent et déclenchons, si nécessaire, des audits complémentaires non annoncés, réalisés par nos équipes ou par un prestataire accrédité.

### Deux processus d'audit des nouveaux fournisseurs et nouvelles usines

Dès qu'il est informé d'une demande de référencement d'un nouveau partenaire de rang 1, le service compliance examine le dossier et lance le processus d'audit de conformité selon le type de demande.

#### 1. Processus accéléré :

- Si le rapport d'audit d'une partie tierce est vérifié, ne date pas de plus de 6 mois et qu'il est conforme, alors l'approbation est directement donnée et l'usine est indiquée comme conforme ;
- Si aucun rapport d'audit de tiers de moins de 6 mois n'est disponible, alors l'équipe compliance suit le processus d'audit.

2. Processus régulier : l'équipe compliance suit le processus complet d'examen de la conformité et de l'audit. Elle examine tous les documents clés, les rapports d'audit, etc. soumis par le fournisseur.

Une fois l'analyse des documents et le processus d'audit terminés, l'équipe compliance décide si le fournisseur ou l'usine répond aux exigences minimales de conformités sociale et environnementale ou non.

### Une notation stricte de nos nouveaux partenaires

En 2022, nous nous sommes fixés comme engagement de ne plus référencer de nouvelle usine si celle-ci obtient la note D ou E à l'audit de conformité.

### Chiffres 2022

**91%** de nouvelles usines de rang 1 référencées ayant eu la note A, B ou C

Nous n'avons pas atteint les 100% cette année, car cet objectif et l'indicateur de mesure sont nouvellement créés et donc pas encore représentatifs.



# AGIR POUR UNE MODE INCLUSIVE

IMAGINER DES COLLECTIONS POUR TOUS

INTÉGRER ET FORMER LES JEUNES TALENTS

DÉVELOPPER UNE MODE PLUS SOLIDAIRE AVEC LE PETIT MAGASIN

FAVORISER L'INCLUSION AVEC LE FONDS DE DOTATION KIABI LIFE

MENER DES ACTIONS SOLIDAIRES POUR ET AVEC NOS CLIENTS



# RAPPEL DES ENJEUX

- ▣ S'assurer que nos collections répondent aussi à des besoins spécifiques et plus minoritaires pour permettre à chacun de trouver son style
- ▣ Être solidaire à travers notre métier

## Les faits marquants 2022

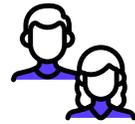
- ▣ Développement de nouvelles collections de lingerie « facile à enfiler », écoutes pour optimiser la collection destinée aux bébés prématurés ;
- ▣ Opération Rentrée des classes mettant en avant la collection « facile à enfiler » ;
- ▣ 4 nouveaux partenariats solidaires avec Joseph Sauvy, l'AFDAS récré, Vitamine T et Emmaüs Vertex ;
- ▣ Poursuite de nos partenariats historiques lors des opérations telles que le Good Friday, Octobre Rose... ;
- ▣ Welcome day Alternant ayant réuni 260 alternants au niveau national en France.

## Les résultats 2022



# 19

**SORTIES DYNAMIQUES DE PERSONNES EN INSERTION PROFESSIONNELLE**



# 89

**PERSONNES EN INSERTION PROFESSIONNELLE ACCOMPAGNÉES**



# 1,4

**MILLIONS D'EUROS VERSÉS À DES ASSOCIATIONS CARITATIVES**



# 5%

**DE TAUX DE RECRUTEMENT D'ALTERNANTS DANS 2 BU FRANÇAISES**



# IMAGINER DES COLLECTIONS POUR TOUS

Depuis 1978, KIABI s'est donné comme objectif de rendre la mode accessible à tous. Accessible en termes de prix, en proposant des vêtements aux tarifs les plus justes. Et pour nous, accessible ne se limite pas à une question de prix, cela signifie également créer des vêtements qui conviennent à chacun, quels que soit sa morphologie, son contexte de vie ou son éventuel handicap. Ainsi, nous avons co-construit avec nos clients concernés et leurs proches 3 collections dédiées à des publics spécifiques : les collections "facile à enfiler", "post opératoire" et "grande taille".

## Habiller les personnes souffrant de handicap : la collection "facile à enfiler"

C'est en 2017 que la collection facile à enfiler a vu le jour chez KIABI en lien avec l'association Les Loups bleus. Notre objectif est de permettre aux enfants en situation de handicap de gagner en autonomie et en confort et s'habiller de façon tendance. Depuis, la collection n'a cessé de s'agrandir et nos stylistes de se former aux particularités de ces vêtements. De nouveaux partenariats avec des associations de familles concernées par le handicap ont vu le jour comme l'Association des Paralysés de France et l'association Les Enfants de la Balle pour écouter et comprendre les besoins et les envies des familles.

### ► Chiffres 2022 :

- Près de 48 références coloris (40 sur l'enfant / bébé + 8 sur l'adulte) ;
- Une mise en avant spécifique a été organisée lors d'une opération "Rentrée inclusive".

## Objectifs 2023

TESTER LA MISE À DISPOSITION DE CES OFFRES EN MAGASIN POUR PERMETTRE AUX CLIENTS D'ESSAYER LES PRODUITS



## Habiller les grandes tailles : la collection "grande taille"

Nous développons depuis plusieurs années une collection grande taille allant jusqu'au 4XL, en ligne et en magasin. Cette collection est une adaptation de certains modèles de la collection classique aux morphologies grandes tailles (bretelles plus larges, taille élastiquée...). Nous animons pour cela une communauté « je ne fais pas du 38 et alors ? » sur les réseaux sociaux pour permettre aux personnes grandes tailles d'interagir entre elles et avec nos stylistes.

## Objectifs 2023

- ETOFFER LA COLLECTION GRANDE TAILLE SUR LE WEB
- LANCER UNE COLLECTION GRANDE TAILLE MATERNITÉ



## Habiller les femmes touchées par le cancer du sein : la collection « post opératoire »

Le cancer du sein touche une femme sur 10 aujourd'hui en France. Pour rendre la maladie moins pénible pour les femmes concernées, KIABI développe depuis plusieurs années une collection dédiée. Pour les suites opératoires et les suites de traitements, nos stylistes développent des pièces de lingerie de jour et de nuit, des brassières de sport, des maillots de bain, dans des formes adaptées (fermeture par le devant bonnet adaptés aux prothèses, écartement des bretelles...) et des matières douces et naturelles.

## Objectifs 2023

### POUSUIVRE LE RENOUELEMENT DE NOTRE COLLECTION EN PARTENARIAT AVEC NOS CLIENTES

#### POUR ALLER + LOIN

Nous sommes fiers de ces 3 collections mais nous sommes conscients du chemin qui reste à parcourir pour les démocratiser davantage auprès des familles concernées. En effet, elles sont actuellement proposées exclusivement sur le web. Elles ne peuvent donc pas être essayées et les détails techniques des vêtements sont donc parfois encore difficilement identifiables par nos clients.

#### FOCUS

#### Collection préma

Depuis quelques années, nos stylistes travaillent sur des collections spéciales pour les bébés prématurés ou hospitalisés en service de néonatalogie. En 2022, nous avons réalisé un travail d'écoute auprès des soignants et des parents concernés afin de mieux répondre à leurs besoins et d'optimiser nos références en conséquence.

#### LE SAVIEZ-VOUS ?

#### Des mannequins devenus égéries

Les collections adaptées (facile à enfiler et post opératoire) sont présentées sur notre site web par des personnes opérées ou en situation de handicap. Véritables égéries, elles incarnent la dimension inclusive de ces collections.

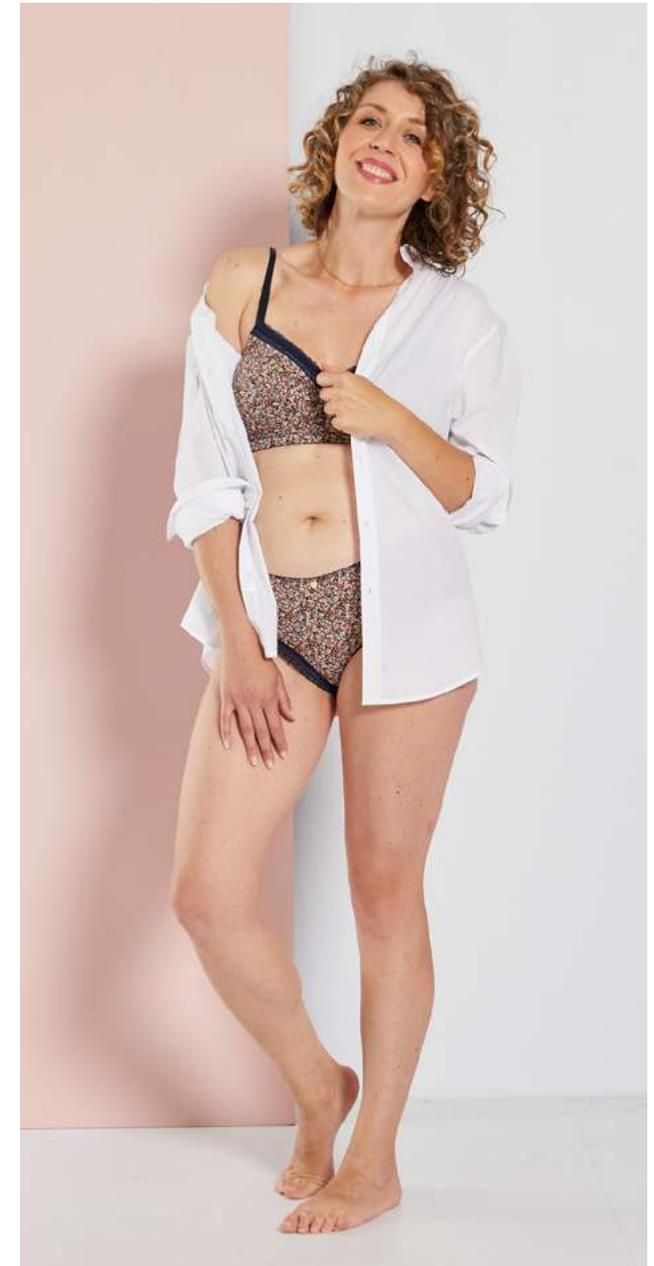
“ Mon rêve serait que plus personne n'éprouve de difficultés à s'habiller et que tous y prennent plaisir ! ”

#### Mathilde

Chef de produit, à l'initiative de la collection facile à enfiler

## Habiller les personnes souffrant de troubles autistiques : des “heures calmes” en magasin

Depuis 2021, nous proposons dans certains de nos magasins un créneau dédié durant lequel le volume sonore et la luminosité sont réduits afin de permettre à des personnes souffrant de troubles autistiques et leurs familles de faire leurs courses dans un environnement adapté. En 2022, une dizaine de nos magasins proposaient ce dispositif chaque mois.



# INTÉGRER ET FORMER LES JEUNES TALENTS

Dans le cadre de notre politique KIABI CAMPUS en faveur de l'émergence de talents en France et à l'international, nous agissons en faveur de l'insertion professionnelle des jeunes en France. Notre objectif est de donner une chance à tous, favoriser la mixité et assurer le renouvellement des compétences au sein de l'entreprise. En 2022, nous avons poursuivi les actions initiées les années précédentes comme nos partenariats avec les écoles sur des formations spécifiques liées au retail. Nous avons également développé l'alternance pour les équipes de vente en magasin afin de répondre à l'augmentation du turn-over et de former ces futurs diplômés pour les intégrer ensuite en CDD ou CDI au sein de l'entreprise.



## Les actions en 2022

### Accueillir les alternants : le Welcome Day Alternants

Nous avons organisé en 2022 une session d'accueil de l'ensemble de nos alternants au niveau national (260 alternants réunis). Notre volonté était de leur présenter l'entreprise, ses valeurs, mais aussi fédérer les équipes, créer une communauté d'alternants et enfin de leur montrer les perspectives qu'ils pourraient avoir chez KIABI.

Au programme : présentation de chaque service, message de Patrick Mulliez, fondateur de KIABI pour retracer l'histoire et les engagements de l'entreprise.

« Deux jours riches en apprentissages, avec de nombreux témoignages et retours d'expérience enrichissants pour notre avenir. Si nous devions retenir une phrase de ces deux jours, ce serait celle-ci : "Nous faisons un métier que nous aimons, avec des personnes que nous aimons, pour des personnes que nous aimons." Patrick Mulliez. Une magnifique citation qui marque les esprits et qui fait réfléchir. Merci KIABI de nous donner la chance, nous jeunes, de pouvoir grandir professionnellement. »

Rebecca  
Alternante

### LE SAVIEZ-VOUS ?

KIABI décroche pour la 3ème année consécutive la labellisation Happy Trainees France ! Ce label récompense l'excellence de l'accueil et de l'accompagnement des stagiaires et alternants. 95,4% d'entre eux recommandent KIABI comme employeur en notant à 4,23/5 leur passage dans l'entreprise. Les stagiaires et alternants apprécient en particulier l'intérêt de leurs missions, la qualité de leur management, le développement des personnes et leur environnement de travail.

### Faire découvrir nos métiers aux collégiens et lycéens avec l'association Toi demain

Depuis 2020, KIABI est partenaire de l'association Toi demain, engagée en faveur de l'insertion des jeunes et agit contre les inégalités d'orientation. Nous accueillons ainsi des élèves de collège et lycée, dont certains en zones prioritaires, lors de stages découverte. Durant une semaine, ils vivent aux côtés des Kiabers et partagent leurs métiers. Toi demain est une association qui s'engage à accompagner les jeunes des Hauts-de-France dans leur orientation professionnelle. L'objectif de l'association est de révéler leurs talents pour leur permettre d'être en confiance, responsables et heureux.

#### Pour en savoir plus :

<https://vimeo.com/cliple/review/518218877/d14ab24b30>

#### ► Chiffres 2022 :

Le taux de recrutement d'alternants est en progression depuis plusieurs années, ainsi que la transformation vers un CDI en fin de contrat d'alternance.

**KIABI EUROPE : 5.15% (+ 0,84% vs 2021)**

**BUNSHA : 5.47% (+ 0.47% vs 2021)**

**KLO : 2,55%**

## Objectifs 2023

**POURSUIVRE NOTRE POLITIQUE DE RECRUTEMENT  
DES ALTERNANTS ET CIBLER UN TAUX D'EMBAUCHE  
DE CES ALTERNANTS DE 30%**

# DÉVELOPPER UNE MODE PLUS SOLIDAIRE AVEC LE PETIT MAGASIN

Depuis 2017, des structures d'insertion par l'activité économique développent le concept « Le Petit Magasin » en partenariat avec KIABI. Bien plus qu'une boutique, le Petit Magasin est un véritable tremplin permettant de regagner de la confiance en soi, sans aucune pression de résultat. Il est générateur d'impact local, et fait se rencontrer le monde associatif et le monde de l'économie.

Grâce au « Petit Magasin », nous offrons aux personnes en transition professionnelle, une formation et une validation des compétences clés de notre cœur de métier, grâce un plan d'accompagnement en collaboration avec le magasin KIABI le plus proche. La finalité est de développer leur employabilité pour une sortie dynamique (emplois durables ou formation). Partout où se trouve KIABI, nous souhaitons créer de la valeur sociale auprès de la communauté locale. Les Petits Magasins, installés majoritairement dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV), permettent aux familles en situation de grande précarité de s'habiller à moindre coût et aussi de trouver un lieu de rencontres, d'écoute et d'échanges et ainsi qu'un réseau d'entraide.

## ► Chiffres 2022 :

- 7 ouvertures, soit 17 Petits Magasins à fin 2022 ;
- 2 515 heures de formation ;
- 30 CDD de - de 6 mois ;
- 19 sorties dynamiques dont 5 chez KIABI (4 CDI, 1 CDD en contrat d'apprentissage) ;
- 93 502 familles bénéficiaires ;
- 89 personnes en insertion accompagnées ;
- 11 structures d'insertion partenaires`.

\* L'AFDAS récré, La Remise, Vetis, Ulisse, La Sauvegarde du Nord, Emmaüs Vertex, Acte 59, Pacte 62, Croix Rouge Insertion, Joseph Savvy, Vitamine T (API Chantiers)

## Les Petits Magasins valorisent 3 volets du programme RSE de KIABI :

- La démarche inclusive grâce à la mise en place d'un parcours d'insertion professionnelle pour des personnes éloignées de l'emploi ;
- La démarche solidaire via l'accompagnement d'un public en difficulté économique ;
- La démarche circulaire grâce au don de vêtements invendus.

[Lien vers RA 2022](#)

KEZAKO ?

### Le Petit Magasin

Ce concept solidaire est né d'un partenariat entre KIABI et des structures de l'Insertion par l'Activité Economique. L'objectif est triple :

- Offrir une formation à la vente à des personnes éloignées de l'emploi ;
- Revitaliser les quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV) ;
- Proposer des invendus à prix réduits à des familles en situation de précarité.

## Objectifs 2023

27 Petits Magasins

30 sorties dynamiques

4 300 heures de formation

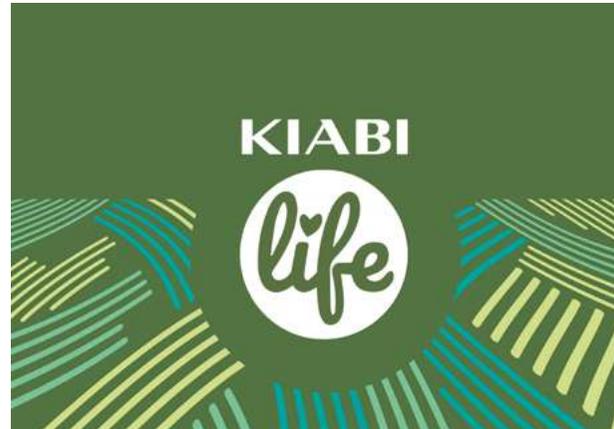
200 000 familles bénéficiaires



# FAVORISER L'INCLUSION AVEC LE FONDS DE DOTATION KIABI LIFE

**Le Fonds de dotation KIABI Life est né en 2021 d'une volonté forte : permettre aux Kiabers, et à nos partenaires, d'être acteurs de l'inclusion par l'emploi, l'éducation et la solidarité partout dans le monde. Chaque filiale est donc fondatrice de ce Fonds de dotation, contribue financièrement à son fonctionnement et aux actions locales menées par les Kiabers.**

La singularité du Fonds de dotation porte sur l'engagement des Kiabers. Ils sont véritablement acteurs dans la construction et l'animation opérationnelle des projets. En effet, le Fonds ne reverse pas seulement de l'argent aux associations, il propose un soutien humain et favorise le lien social entre les collaborateurs, les bénévoles des associations et les personnes accompagnées. Les Kiabers jouent ainsi un véritable rôle « d'entrepreneur de leur écosystème » en collaborant avec les associations locales et donnent ainsi vie à la vision de l'entreprise « *faciliter la vie des familles en tissant ensemble une mode positive et des solutions durables.* »



De nouveaux partenariats de long terme ont également vu le jour en 2022 comme avec HOPE world wide au Bangladesh. Notre souhait est ainsi de piloter dans la durée des projets de type « social business » permettant d'améliorer le niveau de vie des familles dans nos pays de production. Ces partenariats ont permis d'augmenter le nombre de bénéficiaires au niveau mondial, passant de 10 000 en 2021 à 16 000 en 2022.

## FOCUS

### Le focus projet EK PAHEL

En 2022, le projet EK PAHEL a permis, en Inde, de développer deux programmes de formation professionnelle au profit de 80 jeunes femmes. Un quart d'entre elles ont eu accès à un emploi qualifié dans des usines de production textile. Les autres ont rejoint une coopérative de fabrication artisanale. Ces programmes sont parrainés par les Kiabers qui collaborent avec les professeurs pour professionnaliser cette coopérative et accompagner les participantes dans leurs démarches de recherche d'emploi. Cette action prend la forme d'un programme pluriannuel en se poursuivant en 2023.

### ► Chiffres 2022 :

- 9 300 Kiabers impliqués dans les actions ;
- 16 200 personnes bénéficiaires des actions ;
- 163 508€ reversés par KIABI Life à des associations et organismes (17 055€ pour l'emploi - 114 364€ pour l'éducation - 32 089€ pour la solidarité) ;
- 18 opérations nationales dans les différents pays ;
- 20 projets proposés à l'initiative des Kiabers.



# MENER DES ACTIONS SOLIDAIRES POUR ET AVEC NOS CLIENTS

En complément des actions menées dans le cadre de notre Fonds de dotation, nous nous impliquons chaque année dans des causes solidaires avec nos partenaires associatifs à travers des opérations commerciales.



## Renforcer et initier des partenariats

2022 aura été l'année de la poursuite de nos partenariats historiques existants avec nos associations partenaires au niveau mondial. Nous avons également poursuivi nos actions avec la Ligue contre le cancer, les Restos du Cœur, la fondation des Hôpitaux, Médecins sans frontières. En effet, depuis quelques années, KIABI s'implique dans des actions solidaires nationales comme l'Opération Pièces Jaunes, Octobre Rose, ou encore le Good Friday. Des mécaniques telles que les produits partage, l'arrondi en caisse sont alors proposées à nos clients pour les rendre acteurs de ces grandes causes.

### ► Chiffres 2022 :

**Montant des dons à des associations caritatives : 1 252 848 €**

## Sensibiliser au handicap via une opération "rentrée inclusive"

KIABI a initié une opération « rentrée inclusive » en soutien à l'association les Enfants de la Balle qui favorise le sport inclusif pour les enfants en situation de handicap. Des Kiabers se sont impliqués pour mettre 70 clubs sportifs en lien avec l'association. Le bilan est très positif puisque 43 d'entre eux sont en cours de labellisation en tant que club sportif inclusif.

## Proposer un programme de fidélité aux futurs et jeunes parents

KIABI propose aux futurs et jeunes parents un programme de fidélité : le livret bébé dont le but est d'accompagner les jeunes parents lors de la naissance d'un enfant via des avantages récompensant leur fidélité. Nous avons décidé d'offrir un euro à l'association Reforest'Action pour chaque livret bébé ouvert. Les sommes récoltées permettent de mener des actions de régénération des écosystèmes dans les pays dans lesquels notre activité a le plus d'impact environnemental. (cf. feuillet sur Reforest'Action en annexes)

### POUR ALLER + LOIN

Les résultats 2022 montrent à nouveau l'extrême générosité de nos clients car plus 751 931€ a été reversé à des associations grâce à leurs dons, et l'engagement de nos collaborateurs à agir auprès d'associations. Néanmoins nous souhaitons renforcer l'engagement de nos collaborateurs à travers des actions de solidarité, et créer les conditions pour leur proposer des opportunités d'actions. Nous sommes convaincus que l'entreprise peut-être un lieu d'expression de sa générosité et doit même l'organiser.

En parallèle, de façon à être plus impactant, nous allons redéfinir début 2023 l'axe de générosité central pour KIABI qui va orienter nos actions de soutien.

## Objectifs 2023

**CRÉER LES CONDITIONS POUR MAINTENIR L'ENGAGEMENT DE NOS COLLABORATEURS DANS DES ACTIONS DE SOLIDARITÉ. REDÉFINIR L'AXE DE GÉNÉROSITÉ CENTRAL POUR KIABI QUI VA ORIENTER NOS ACTIONS DE SOUTIEN.**

# ANNEXES

DÉTAIL DES INDICATEURS DE 2018 À 2022

DÉTAIL DES ACCORDS COLLECTIFS PAR PAYS

PARTENARIAT

ANNEXE SPÉCIFIQUE À L'ESPAGNE



# AGIR POUR L'ENVIRONNEMENT

<b>Changement climatique</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Emissions carbone en T eq CO2	2,8			2,7	
% de baisse des émissions carbone en valeur absolue				-4%	
Intensité carbone au produit en Kg eq CO <sup>2</sup>	9,3			8,8	
% de baisse d'intensité carbone vs 2018				-5%	
<b>Eco-conception produits</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>% offre éco-conçue hors article exclus web, chaussures et accessoires (en pièces)</b>		<b>19%</b>	<b>34%</b>	<b>66%</b>	<b>74%</b>
<b>% offre textile éco-conçue (en pièces)</b>					<b>72%</b>
<b>% de matières plus durables (en pièces)</b>			<b>32%</b>	<b>64%</b>	<b>72%</b>
- Coton bio			26%	51%	10%
- Coton BCI			4%	6%	47%
- Coton en conversion			0%	0%	1%
- Coton recyclé			0%	1%	3%
- Lin, chanvre...			0%	1%	1%
- Laine			0%	0%	0%
- Matières synthétiques recyclées (polyester, polyamide, acrylic)			1%	3%	8%
- Matières cellulosiques plus durables (Ecovero, Lyocell, Tencel...)			1%	1%	2%
<b>Part des matières (en poids)</b>					
- Coton			67%	70%	62%
- Polyester			19%	19%	19%
- Matières cellulosiques				6%	5%
- Polyamide			3%	3%	3%
- Elasthanne					1%
- Lin et chanvre					0%
- Acrylique					2%
- Autres			11%	2%	7%
<b>% matières recyclées (en pièces)</b>			<b>1%</b>	<b>5%</b>	<b>11%</b>
<b>% produits textiles mono composition</b>	<b>45%</b>	<b>46%</b>	<b>48%</b>	<b>51%</b>	<b>47%</b>
<b>% des produits conçus via un procédé de transformation à plus faible impact</b>			<b>3%</b>	<b>7%</b>	<b>8%</b>
<b>Fin de vie</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Tonnes de textiles et chaussures collectés</b>	<b>38</b>	<b>112</b>	<b>119</b>	<b>180</b>	<b>388</b>
<b>% tonnes de textiles et chaussures collectés sur les tonnes mises sur le marché en N-2</b>				<b>0,6%</b>	<b>1,1%</b>

# AGIR POUR UNE MODE INCLUSIVE

<b>Petits Magasins : business solidaire</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Nombre d'ouvertures	0	0	3	6	7
Nombre total de Petits Magasins	1	1	4	10	17
Pièces de dons de vêtements			100 000	427 740	858 084
Heures de formation octroyées par des Kiabers à des personnes en insertion				1 541	2 515
Nombre de personnes en parcours d'insertion				36	76
Nombre de familles bénéficiaires				27 632	93 502
Nombre d'emplois créés ou sorties dynamiques			4	18	19
<b>Fonds de dotation : Kiabi Life</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Dons aux associations partenaires				106 430	163 508
Bénéficiaires				10 000	16 000
Nombre de Kiabers impliqués				6 850	9 000
<b>Actions solidaires</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
€ reversés à des associations par les entités du groupe				984 216	500 917
€ reversés à des associations via nos clients				1 063 000	751 931
Arbres plantés en collaboration avec Reforest' Action				500 000	683 564

# SATISFAIRE NOS CLIENTS

<b>Conformité produits</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Nombre de produits ayant fait l'objet d'une alerte client</b>		<b>52</b>	<b>39</b>	<b>48</b>	<b>37</b>
<b>Nombre de produits retirés de la vente</b>		<b>20</b>	<b>12</b>	<b>15</b>	<b>1</b>
<b>Nombre de rappel produits auprès de nos clients</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>Net Promoter Score Clients</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>NPS monde</b>				<b>67</b>	<b>68</b>
France				65	67
Espagne				70	70
Italie				74	73
Belgique				68	68
Portugal				77	77

# ACCOMPAGNER LES KIABERS

<b>Effectifs</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Donnée consolidée groupe</b>	<b>10 315</b>	<b>10 052</b>	<b>9 155</b>	<b>9 107</b>	<b>9 536</b>
<b>Effectifs détaillés par pays</b>	<b>10 315</b>	<b>10 052</b>	<b>9 155</b>	<b>9 107</b>	<b>9 536</b>
- Territoire France	6 426	6 508	6 204	6 026	6 770
- Espagne	1 532	1 513	1 262	1 255	1 372
- Italie	609	579	533	616	690
- Portugal	53	99	67	98	97
- Belgique	208	303	246	294	308
- Asie	572	306	298	301	299
- Russie	816	653	545	517	-
- Brésil	99	91	-	-	-
- % management				18%	16%
- % employés				82%	84%
- % hommes				18%	18%
- % femmes				82%	82%
- % temps plein				54%	54%
- % temps partiel				46%	46%
- % âge < 30 ans				41%	43%
- % âge 30-50 ans				47%	45%
- % âge > 50 ans				12%	12%
- % CDD				19%	25%
- % CDI				81%	75%
<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>Donnée consolidée groupe</b>				<b>73%</b>	<b>74%</b>
- Territoire France				71%	72%
- Espagne				79%	78%
- Italie				77%	79%
- Portugal				89%	87%
- Belgique				82%	82%
- Asie				81%	78%
- Russie				76%	

<b>Turnover</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Donnée consolidée groupe</b>				<b>9,7%</b>	<b>18,4%</b>
- Territoire France	16%	18,0%	10,6%	14,4%	18,9%
- Espagne		10,0%	3,1%	15,4%	19,7%
- Italie		9,0%	6,8%	5,9%	6,6%
- Portugal		97,8%	42,6%	56,1%	21,9%
- Belgique			8,0%	18,5%	23,0%
- Russie			26,7%	45,2%	0,0%
- Asie		0,7%	0,9%	0,9%	33,5%
<b>Formations</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Nombre d'heures de formation dispensées</b>			<b>59 757</b>	<b>97 040</b>	<b>90 957</b>
- Territoire France	78 023	78 623	48 933	56 803	50 004
- Espagne			5 900	21 129	32 525
- Italie			1 107	2 690	3 560
- Portugal		1 548	4 435	2 137	1 525
- Belgique			278		1 844
- Asie			1 364	3 243	1 499
- Russie			1 210	11 038	-
<b>% de Kiabers formés</b>				<b>98%</b>	<b>48%</b>
- Territoire France	70%	79%	80%	99%	42%
- Espagne			27%		64%
- Italie			41%	100%	72%
- Portugal		72%	100%	63%	100%
- Belgique			35%		45%
- Asie					85%
- Russie			40%		0%
<b>Nombre d'heures de formation par Kiaber formé</b>				<b>9</b>	<b>11,7</b>
- Territoire France		12	10	10	10
- Espagne			18		23
- Italie			5	6	6
- Portugal		22	66	36	23
- Belgique			3		15
- Asie		5	3		6
- Russie			6		-

<b>Santé sécurité des Kiabers</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Maladies professionnelles</b>				<b>0,3%</b>	<b>0,3%</b>
- Territoire France	0,3%	0,5%	0,4%	0,5%	0,4%
- Espagne		0,3%	0,2%	0,0%	0,0%
- Italie		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
- Portugal		0,0%	0,0%	0,0%	2,1%
- Belgique		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
- Russie		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
- Asie		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Absentéisme</b>				<b>5,3%</b>	<b>6,3%</b>
- Territoire France	10%	5,0%	5,2%	5,5%	5,9%
- Espagne		5,4%	6,5%	6,0%	9,9%
- Italie		1,6%	2,0%	2,6%	3,0%
- Portugal			31,8%	21,9%	2,9%
- Belgique			3,2%		14,4%
- Russie			2,1%	4,1%	0,0%
- Asie		0,7%	0,6%	0,8%	1,0%
<b>Taux de fréquence des accidents du travail</b>				<b>15,4</b>	<b>23,9</b>
- Territoire France	40,7	22,1	16,0	17,2	26,1
- Espagne			14,1		19,7
- Italie			5,2	3,3	7,6
- Portugal			541,1		15,5
- Belgique				4,9	8,7
- Russie			-	-	-
- Asie			374,6	-	-
<b>Diversité</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>% de collaborateurs à capacité différente</b>				<b>3%</b>	<b>3%</b>
- Territoire France		5%	5%	4%	4%
- Espagne		4%	3%	3%	2%
- Italie		3%	1%	1%	1%
- Portugal		0%	0%	0%	0%
- Belgique		0%	0%	0%	0%
- Russie		1%	1%	1%	
- Asie		0%	0%	0%	0%
<b>Index égalité hommes femmes (France)</b>	<b>93</b>	<b>97</b>	<b>92</b>	<b>98</b>	<b>94</b>



## TRAVAILLER AVEC ETHIQUE

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

<b>Usines</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Nombre d'usines de rang 1</b>		<b>414</b>	<b>387</b>	<b>405</b>	<b>388</b>
Chine			103	112	97
Bangladesh			64	61	60
Inde			42	49	46
Indonesie			1	1	1
Pakistan			7	7	6
Turquie			16	23	33
Maroc			4	4	4
Importateurs européens			111	106	108
Sri Lanka			1	1	1
Ethiopie			1	1	0
Vietnam			3	4	3
Cambodge			18	17	13
Myanmar			16	19	15
Egypt					1
<b>Nombre d'usines de rang 2 déclarées</b>		<b>434</b>	<b>519</b>	<b>428</b>	<b>428</b>
Chine		141	155	166	131
Bangladesh		138	209	140	131
Inde		92	89	74	86
Indonesie		6	6	1	1
Pakistan		9	14	17	13
Turquie		17	17	20	57
Maroc		13	16	1	0
Importateurs européens		8	7	0	0
Sri Lanka		0	0	2	1
Vietnam		0	0	1	2
Cambodge		4	3	4	3
Myanmar		6	3	0	1
Other		0	0	2	2
<b>Nombre d'usines de rang 2 dites « wet process »</b>		<b>179</b>	<b>168</b>	<b>151</b>	<b>184</b>
<b>Formation au code de conduite</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>% de fournisseurs de rang 1 formés à notre code de conduite</b>	<b>71%</b>	<b>80%</b>	<b>96%</b>	<b>91%</b>	<b>98%</b>

<b>Conformité environnementale</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</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>
Chine	6	17	54	56	55
Bangladesh	19	32	30	43	69
Inde	0	0	4	19	25
Indonesie	0	0	0	1	0
Pakistan	0	0	1	14	17
Turquie	0	0	0	3	32
Cambodge	0	0	1	2	2
Vietnam					1
Poids des audits environnementaux d'usines de rang 1 sur le total	32%	12%	9%	17%	14%
Poids des audits environnementaux d'usines de rang 2 sur le total	68%	88%	91%	83%	86%
<b>Poids des audits environnementaux d'usines de rang 2 wet process sur le total</b>		<b>88%</b>	<b>87%</b>	<b>80%</b>	<b>84%</b>
<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>% de conformité des audits environnementaux (usines de rang 1 et 2)</b>					<b>87%</b>
<b>Conformité sociale</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<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>
Chine	218	255	288	328	350
Bangladesh	113	206	215	244	279
Inde	167	145	104	163	182
Indonesie	4	1	2	4	2
Pakistan	11	20	25	37	38
Turquie	9	21	27	78	145
Maroc	19	14	13	4	0
Importateurs européens	5	125	123	106	113
Sri Lanka	5	2	2	7	0
Ethiopie	0	1	1	0	0
Vietnam	6	6	6	5	9
Cambodge	28	21	12	22	17
Myanmar	18	18	14	15	25
Autres	4	0	0	3	7
Poids des audits sociaux d'usines de rang 1 sur le total	81%	75%	69%	61%	64%
Poids des audits sociaux d'usines de rang 2 sur le total	19%	25%	31%	39%	36%
<b>% de conformité des audits sociaux des usines de rang 1 et 2</b>	<b>90%</b>	<b>96%</b>	<b>97%</b>	<b>98%</b>	<b>90%</b>
<b>% des usines de rang 1 existante notée E ayant eu une meilleure note dans les 6 mois</b>					<b>91%</b>
<b>% de nouvelles usines de rang 1 référencées ayant eu la note A, B ou C (conformes)</b>					<b>100%</b>

# SYNTHÈSE ACCORDS COLLECTIFS : 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
<b>QVCT + DECONNEXION</b>	<b>Bien être au travail</b>	<b>UES</b>	<b>Maintenir un cadre de travail sécurisée permettant d'améliorer la qualité de vie au travail tout en favorisant la performance</b>	<b>Enquête GPTW</b>	<b>1 fois / an</b>	<b>5/7/2022</b>	<b>En cours</b>
<b>TELETRAVAIL</b>	<b>Bien être au travail</b>	<b>UES</b>	<b>Maintenir l'équilibre entre la qualité de vie du collaborateur et la performance de l'entreprise</b>	<b>Enquête GPTW</b>	<b>1 fois/an</b>	<b>5/7/2022</b>	<b>En cours</b>
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
Egalité hommes / femmes	Egalité 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
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
<b>Génération / Accord GPEC</b>	<b>Inclusion</b>	<b>UES</b>	<b>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</b>	<b>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)</b>	<b>1 fois/an</b>		<b>28/09/22</b>
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
<b>Accord intéressement</b>	<b>Pouvoir d'achat</b>	<b>KIA + LOG +BUN</b>		<b>Non</b>	<b>Non</b>		<b>18/03/2022</b>
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

# SYNTHÈSE ACCORDS COLLECTIFS : 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
<b>Plan égalité et diversité</b>	<b>Egalité hommes femmes</b>	<b>KES</b>	<b>Garantir, promouvoir et animer l'égalité professionnelle entre collaborateurs quel que soit leur sexe.</b>	<b>Turnover &amp; Absentéisme</b>	<b>1 fois /an</b>
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 digital a été signé pour la 1<sup>ère</sup> fois en 2021.

# SYNTHÈSE ACCORDS COLLECTIFS : ITALIE

Type d'accord	Thématique	Société concernée	Objectifs de l'accord	KPI de l'accord	Suivi en commission avec nos élus
Congé Parental	Equilibre 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	Enquete GPTW, résultats journée d'écoute RH, % turnover	
Congé Parental	Equilibre 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.	Enquete 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.	Enquete GPTW, % Turnover	
Congé special	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	Enquete GPTW, taux FP, % Turnover	
Paiement de 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.	Enquete GPTW, taux FP, % Turnover	
Attribution de trois weekend de congé que les salariés peuvent lier au début des semaines de vacance	Equilibre vie professionnelle / vie personnelle	SEKI / CIA	Améliorer l'équilibre vie pro / perso	Enquete 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	Enquete GPTW, Taux FP, % Turnover	
<b>Etude et lancement d'un projet Welfare pour les collaborateurs CDI: 250 euro pour tous les employés CDI et possibilité de convertir la PPK dans le welfare (avec épargne fiscal, sans impôts)</b>	<b>Welfare / pouvoir d'achat</b>	<b>SEKI / CIA</b>	<b>Augmenter le pouvoir d'achat de nos collaborateurs et améliorer l'équilibre vie pro / perso. Possibilité d'acheter de services et de produits de typologies différentes à travers le portail Welfare</b>	<b>Enquete GPTW, % Turnover</b>	

CIA : contrat intégratif d'entreprise qui reprend la totalité de ces conditions / avantages. Dure 3 ans (jusqu'à 2020), prolongé sur 2021. Nouveau CIA sur 2022.

# SYNTHÈSE ACCORDS COLLECTIFS : 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	Equilibre vie professionnelle / vie personnelle	kSCB	Mise en place contreparties accordées aux Kiabers travaillant le dimanche, ainsi que règles garantissant vie famille / week end	N/A	Préalablement négocié avec les partenaires sociaux
<b>2022 -&gt; Plan pour l'emploi des travailleurs 45 et +</b>	<b>Equilibre vie professionnelle / vie personnelle</b>	<b>KSCB</b>	<b>Actions visant à augmenter le taux d'emploi des travailleurs de 45 et + en favorisant leur maintien au travail</b>	<b>absenteisme</b>	<b>Préalablement négocié avec les partenaires sociaux. Bilan et point d'amélioration x1 an</b>
<b>2022 -&gt; Convention collective de travail sur les avantages non récurrents liés aux résultats (ou CCT90)</b>	<b>Pouvoir d'achat</b>	<b>KSCB</b>	<b>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</b>	<b>N/A</b>	<b>résultats suivi régulièrement en réunion de CE</b>

# SYNTHÈSE ACCORDS COLLECTIFS : PORTUGAL

Type d'accord	Thématique	Société concernée	Objectifs de l'accord	KPI de l'accord	Suivi en commission avec nos élus
Au cours de la période sous revue, il n'y a pas eu de conventions collectives de quelque nature que ce soit					

## Partenariats

### FASHION PACT

<https://thefashionpact.org/?lang=fr>



Fashion Pact est une coalition mondiale d'entreprises de la mode et du textile (prêt-à-porter, sport, lifestyle et luxe) ainsi que de fournisseurs et distributeurs, engagés autour d'un tronc commun de grands objectifs environnementaux centrés sur trois thématiques : l'enrayement du réchauffement climatique, la restauration de la biodiversité et la protection des océans. Suscité par une mission confiée par le Président français Emmanuel Macron à François-Henri Pinault, PDG de Kering, il a été présenté le 26 août 2019 aux chefs d'Etat réunis dans le cadre du Sommet du G7 à Biarritz. KIABI est membre de cette coalition depuis 2019. Nous partageons annuellement nos avancées sur ces sujets à travers un questionnaire quantitatif. L'association, épaulée par les Organisations non gouvernementales Reset (Océans), Conservatory International (Biodiversité) et 2050 (Climat), propose à ses membres des groupes de travail autour de bonnes pratiques ou d'actions communes.

### PARIS GOOD FASHION

[www.parisgoodfashion.fr](http://www.parisgoodfashion.fr)



Est une 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.

### ACTS AND FACTS

<https://actsandfacts.org>



Est un 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'éco-conception des produits, la sensibilisation des collaborateurs aux enjeux environnementaux et le recyclage des textiles en fin de vie.

### REFASHION

<https://refashion.fr/fr>



Est l'éco-organisme de la Filière Textile d'habillement, Linge de maison et Chaussure. Il assure, pour le compte de plus de 5000 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.

### LIVE FOR GOOD

<https://live-for-good.org/fr>



Accompagne les jeunes et mobilise les entreprises pour accélérer la transition écologique et sociale. Depuis 2020, KIABI participe en accompagnant, via le mécénat de compétences de collaborateurs, 5 start-up, chaque année dans leur développement.

### AMFORI

<https://www.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.

### ICS (INITIATIVE CLAUSE SOCIALE)

<https://ics-asso.org/fr/>



ICS est une initiative internationale qui vise à améliorer les conditions de travail tout au long de la chaîne d'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 tracabilité de nos approvisionnements.

### CETIA

<https://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.

## ILO (INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION)

<https://www.ilo.org/global/lang-fr/index.htm>



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.

## TEXTILE EXCHANGE

<https://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.

## BETTER COTTON INITIATIVE

<https://bettercotton.org/fr/>



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.

## ORGANIC COTTON ACCELERATOR

<https://www.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.

## Médias

Nous interagissons volontiers avec les médias : nous leur proposons depuis 2019 une conférence de presse annuelle en France et répondons à leurs sollicitations ponctuelles.

## Associations / ONG



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 »



# DONNÉES SPÉCIFIQUES ESPAGNE

Cette annexe complémentaire de KIABI España KSCE, S.A. à la déclaration de performance extra-financière de Bunsha Internationale SAS. a été préparée conformément aux exigences de la loi 11/ 2018 du 28 décembre 2018 sur l'information non financière et la diversité - qui modifie le Code de commerce -, au texte de la loi espagnole sur les sociétés, approuvée par le décret-loi royal 1/2010 du 2 juillet 2010, et à la loi 22/2015 du 20 juillet 2015 sur l'audit des comptes, en ce qui concerne l'information non financière et la diversité.

Cette annexe traite exclusivement des informations non financières régies par l'article 49.1.2 de la loi sur l'information financière.

Toutes les données fournies concernent l'exercice 2022 (1er janvier - 31 décembre 2022) et l'exercice 2021. Elles ont fait l'objet d'un examen indépendant par Mazars.

## Qualité et environnement

Kiabi est certifié ISO 14001 pour la gestion de l'environnement, accrédité par AENOR, et nous avons récemment obtenu la certification ISO 9001 pour la gestion de la qualité.

- Énergie :
  - La consommation d'énergie en 2022 dans nos lieux de travail était de 14 678 579 Kwh alors que la consommation en 2021 était de 14 197 971 Kwh. L'augmentation de la consommation est due au fait que nous avons eu cinq ouvertures de magasins au cours du dernier trimestre 2022. De même, la consommation d'eau dans nos centres de travail a été de 7 106,09 m3.
  - Achat d'énergie à partir de sources renouvelables (100% d'énergie verte).
  - Nous travaillons avec les sociétés du groupe au niveau de la SRS pour fixer des objectifs de réduction de la consommation en collaboration avec notre consultant en énergie.
  - Remplacement des machines de climatisation plus efficaces, remplacement des éclairages LED, amélioration de la signalétique, installation de batteries de condensateurs dans les nouveaux magasins.

- Politique de télétravail, numérisation des processus auparavant réalisés sur papier (économie d'encre, d'énergie, de papier, etc.), et économie de mobilité vers le bureau (économie de carburant et réduction de la pollution).
- Formation de nos équipes aux bonnes pratiques d'économie d'énergie et au respect des réglementations en vigueur en matière d'efficacité énergétique.

- Consommables :
  - Sacs clients : nous utilisons dans nos magasins des sacs en papier 100% recyclé de 3 tailles différentes qui sont certifiés FSC (le papier provient de forêts gérées de manière responsable) et point vert.
  - Rouleaux thermiques : sans bpa.
  - Cintres : matériel en plastique recyclé.
- Gestion des déchets :
  - Gestion des déchets : nous travaillons avec des gestionnaires de déchets agréés pour la collecte, la gestion et le traitement des déchets générés dans nos centres.
  - Sensibilisation des équipes au tri des déchets (plastique, carton et déchets résiduels).
  - Gestion des toners : nous collaborons avec la société qui gère les cartouches et toners usagés.
  - Gestion des DEEE (déchets d'équipements électriques et électroniques) par l'intermédiaire d'un gestionnaire agréé.
- Emballages :
  - Kiabi est membre du SIG pour le recyclage des emballages afin de se conformer à la législation, également appelé Point Vert.
  - Adhésion aux Plans d'Entreprise de Prévention (PEP) des déchets d'emballages, programme développé par Ecoembes, dans lequel nous mettons en œuvre des bonnes pratiques liées à : la réduction de l'impact environnemental, l'allègement des emballages, l'utilisation de matériaux issus de processus de recyclage, ....
- Économie circulaire :
  - Projet seconde main (économie circulaire) : donner une seconde vie aux vêtements qui peuvent constituer une alternative pour nos clients. Nous avons 13 corners où nous promovons la vente de ces produits à bas prix.
  - Service KIABI bags pour les clients (collecte de vêtements de seconde main en bon état).
  - Projet Atelier : personnalisation des vêtements pour leur donner une seconde vie (patches, imprimés, broderies). Nous disposons actuellement de 12 ateliers.
  - Projet REFORESTATION : Chez Kiabi Espagne, en collaboration avec Reforest'Action, nous avons déjà planté plus de 100 000 arbres depuis janvier 2021. Reforest'Action est une association qui œuvre à la restauration de parcelles forestières impactées par différents événements (naturels ou provoqués) : tempêtes, maladies, incendies, sécheresse,

## Nos équipes

### L'emploi

Depuis sa création en France dans les années 70, notre marque s'est clairement engagée à faciliter la vie des personnes en démocratisant la mode, à des prix accessibles à toute la famille. Et ce mot, FAMILLE, est au cœur de notre ADN. Nous prenons soin de nos employés comme s'ils étaient de la famille, ce qui signifie que nous prenons également soin de leurs familles. De la même manière, nous, les Kiabers, prenons soin de nos clients et de notre écosystème, en formant une grande communauté de personnes qui partagent le même objectif, les mêmes valeurs et les mêmes convictions.

## “ FACILITER LA VIE DES FAMILLES ET CRÉER ENSEMBLE UNE MODE RESPONSABLE ET DES SOLUTIONS DURABLES. ”

C'est la phrase qui donne un sens à notre nouvelle Vision 2030, et c'est la base de tout ce que nous faisons dans l'entreprise, pour les employés, les clients, les partenaires, etc. C'est l'objectif, le phare, pour les Kiabers du monde entier, où que nous soyons.

Les tableaux suivants montrent la répartition des équipes espagnoles sur une base consolidée. Les répartitions sont basées sur le nombre d'employés au 31 décembre 2022 et 2021 respectivement.

## Nombre total et répartition des employés par sexe, âge et catégorie professionnelle

Kiabi Espagne a clôturé l'année 2022 avec un effectif de 1 372 personnes réparties sur l'ensemble du territoire. Fin 2022, elle compte 58 magasins, dont une franchise, et des services centraux.

### Nombre total de kiabers

#### Exercice 2022

Nombre total	Hommes	Femmes	% Hommes	% Femmes
<b>1372</b>	<b>177</b>	<b>1195</b>	<b>13%</b>	<b>87%</b>

#### Exercice 2021

Nombre total	Hommes	Femmes	% Hommes	% Femmes
<b>1255</b>	<b>182</b>	<b>1073</b>	<b>15%</b>	<b>85%</b>

### Par catégorie professionnelle

#### Exercice 2022

Catégorie professionnelle	Hommes	Femmes	Total	% Hommes	% Femmes
Cadres directeurs	6	3	9	67%	33%
Cadres intermédiaires	43	104	147	29%	71%
Employés	128	1088	1216	11%	89%
<b>Total</b>	<b>177</b>	<b>1195</b>	<b>1372</b>	<b>13%</b>	<b>87%</b>

#### Exercice 2021

Catégorie professionnelle	Hommes	Femmes	Total	% Hommes	% Femmes
Cadres directeurs	4	3	7	43%	57%
Cadres intermédiaires	43	110	153	72%	28%
Employés	135	960	1095	88%	12%
<b>Total</b>	<b>182</b>	<b>1073</b>	<b>1255</b>	<b>85%</b>	<b>15%</b>

### Par âge

#### Exercice 2022

Âge	Hommes	Femmes	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>

#### Exercice 2021

Âge	Hommes	Femmes	Total
<25	32	156	188
25-35	83	512	595
36-55	62	398	460
>55	5	7	12
<b>Total</b>	<b>182</b>	<b>1073</b>	<b>1255</b>

## Nombre total et répartition des types de contrats de travail.

Chez KIABI Espagne, nous sommes engagés envers les personnes qui font partie de ce grand projet, c'est pourquoi nous faisons tout ce qui est en notre pouvoir pour promouvoir la carrière professionnelle de chacun des Kiabers. Chez KIABI, chacun est acteur de son propre développement en travaillant sur des plans d'action individuels qui lui permettent d'assumer de nouvelles responsabilités. Travailler chez Kiabi signifie faire partie d'une entreprise en développement continu, avec un environnement de travail extraordinaire dans lequel la communication et le travail d'équipe sont des piliers fondamentaux.

Qu'est-ce qu'être kiaber ? Être Kiaber est une attitude dont les qualités ou comportements les plus représentatifs seraient :

1. être entrepreneur : prendre en charge son propre développement dans l'entreprise, avoir sa propre voix, contribuer et proposer, quel que soit le rôle que l'on occupe au sein de KIABI. Faire des erreurs, apprendre, réessayer et réussir (culture de l'erreur/apprentissage/droit). Un exemple clair de la mise en œuvre de cette qualité sont les missions et la gestion de projets au sein de l'entreprise par les commerciaux, les responsables de magasins ou les services centraux, ou encore notre politique de mobilité interne.
2. être généreux : PARTAGE, avec le capital, les connaissances, le temps, les ressources, avec les actions de la Fondation Kiabi, etc. Demander et donner de l'aide quand c'est nécessaire, avec humilité et dans un but commun. C'est dans cette optique que le programme de participation interne de l'entreprise a été mis en place pour partager le succès avec les personnes les plus importantes de la famille KIABI.
3. Le service au client : notre raison d'être, le centre de toutes nos décisions et notre objectif commun. C'est le début et la fin de tout ce que nous faisons dans l'entreprise.
4. Ayez de la passion : pour ce que vous faites, pour le client, pour la mode, pour votre famille, pour vos amis, pour les loisirs que nous avons tous, pour la planète, ... Vivre chaque jour comme s'il était unique. Nos processus de sélection, dans lesquels nous impliquons des personnes de toute l'entreprise, représentent parfaitement cette passion.
5. Être proche : quel que soit votre rôle dans l'entreprise, chacun entretient des relations simples et individuelles avec les autres, indépendamment de la hiérarchie ou de la structure organisationnelle. Nous encourageons une culture de feedback constructif continu, basée sur l'honnêteté et l'ambition de s'améliorer individuellement et en tant qu'équipe.
6. Exigence : envers soi-même et envers les autres. Parce que l'objectif collectif est supérieur à l'individu et que chacun donne le meilleur de lui-même, avec responsabilité, pour l'atteindre.

## Répartition des salariés par type de contrat permanent ou temporaire, type de contrat à temps plein et/ou à temps partiel

### Exercice 2022

Type de contrat	Hommes	Femmes	Total
Temps complet	59	183	242
Temps partiel	118	1012	1130
<b>Total</b>	<b>177</b>	<b>1195</b>	<b>1372</b>

### Exercice 2021

Type de contrat	Hommes	Femmes	Total
Temps complet	57	178	235
Temps partiel	125	895	1020
<b>Total</b>	<b>182</b>	<b>1073</b>	<b>1255</b>

### Exercice 2022

Type de contrat	Durée indéterminée	Durée déterminée	Total
Temps complet	238	4	242
Temps partiel	786	344	1130
<b>Total</b>	<b>1024</b>	<b>348</b>	<b>1372</b>

### Exercice 2021

Type de contrat	Durée indéterminée	Durée déterminée	Total
Temps complet	234	1	235
Temps partiel	684	336	1020
<b>Total</b>	<b>918</b>	<b>337</b>	<b>1255</b>

### Exercice 2022

Type de contrat	Hommes	Femmes	Total
Temps complet	141	883	1024
Temps partiel	36	312	348
<b>Total</b>	<b>177</b>	<b>1195</b>	<b>1372</b>

### Exercice 2021

Type de contrat	Hommes	Femmes	Total
Temps complet	140	778	918
Temps partiel	42	295	337
<b>Total</b>	<b>182</b>	<b>1073</b>	<b>1255</b>

## Par type de contrat et par âge

### Exercice 2022

Âge	Temps complet	Temps partiel	Total
<25	0	214	214
25-35	69	511	580
36-55	167	396	563
>55	6	9	15
<b>Total</b>	<b>242</b>	<b>1130</b>	<b>1372</b>

### Exercice 2021

Âge	Temps complet	Temps partiel	Total
<25	2	186	188
25-35	91	504	595
36-55	137	323	460
>55	5	7	12
<b>Total</b>	<b>235</b>	<b>1020</b>	<b>1255</b>

### Exercice 2022

Âge	Durée indéterminée	Durée déterminée	Total	% Durée indéterminée
<25	88	126	214	41%
25-35	409	171	580	71%
36-55	513	50	563	91%
>55	13	2	15	87%
<b>Total</b>	<b>1023</b>	<b>349</b>	<b>1372</b>	<b>75%</b>

### Exercice 2021

Âge	Durée indéterminée	Durée déterminée	Total	% Durée indéterminée
<25	59	129	188	31%
25-35	414	181	595	70%
36-55	433	27	460	94%
>55	12	0	12	100%
<b>Total</b>	<b>918</b>	<b>337</b>	<b>1255</b>	<b>73%</b>

## Par type de contrat et par catégorie professionnelle

### Exercice 2022

Catégorie professionnelle	Durée indéterminée	Durée déterminée	Total	% Durée indéterminée
Cadres directeurs	9	0	9	100%
Cadres intermédiaires	147	0	147	100%
Employés	868	348	1216	71%
<b>Total</b>	<b>1024</b>	<b>349</b>	<b>1372</b>	<b>75%</b>

### Exercice 2021

Catégorie professionnelle	Durée indéterminée	Durée déterminée	Total	% Durée indéterminée
Cadres directeurs	7	0	7	100%
Cadres intermédiaires	152	1	153	99%
Employés	759	336	1095	69%
<b>Total</b>	<b>918</b>	<b>337</b>	<b>1255</b>	<b>73%</b>

## Nombre de licenciements par sexe, âge et classification professionnelle

### Par groupe d'âge et par sexe

#### Exercice 2022

Âge	Hommes	Femmes	Total
<25	1	2	3
25-35	2	4	6
36-55	3	5	8
>55	1	1	2
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>19</b>

#### Exercice 2021

Âge	Hommes	Femmes	Total
<25	0	0	0
25-35	6	14	20
36-55	3	23	26
>55	0	1	1
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>38</b>	<b>47</b>

La stratégie de KIABI Espagne est de positionner les salaires et les avantages autour de la médiane du marché. Notre référence sera à la fois le marché général, qui fournit une approximation valable en raison de la stabilité de son évolution, à prendre en compte notamment dans le cas des services centraux, et le marché de la distribution, utile pour mesurer la compétitivité des rémunérations par rapport à la concurrence directe dans les équipes des magasins. En termes de conditions de travail, l'objectif est de se situer au-dessus de la moyenne des entreprises du secteur. KIABI Espagne dispose d'un système de rémunération qui comprend un salaire fixe, un salaire variable et des avantages. Outre notre culture et nos valeurs d'entreprise, nous offrons des possibilités de formation et de développement ainsi qu'un environnement de travail agréable. Tout cela fait partie d'une approche holistique de la rémunération. L'expérience professionnelle, un aspect moins tangible mais très apprécié des employés,

### Par catégorie professionnelle et par sexe

#### Exercice 2022

Catégorie professionnelle	Total
Cadres directeurs	1
Cadres intermédiaires	8
Employés	10
<b>Total</b>	<b>19</b>

#### Exercice 2021

Catégorie professionnelle	Total
Cadres directeurs	0
Cadres intermédiaires	16
Employés	31
<b>Total</b>	<b>47</b>

détermine dans une large mesure le sens de la titularisation et implique des questions aussi variées que :

- la culture et les valeurs
- la reconnaissance
- l'égalité, la diversité et l'inclusion
- l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée
- Communication ouverte, publication des postes vacants
- Enquêtes sur le climat et l'expérience des employés
- Outils de travail
- Responsabilité sociale des entreprises
- Lieux de travail confortables
- Environnement de travail international

## Santé et sécurité

La sécurité de nos collègues est une priorité. C'est pourquoi les politiques de sécurité de Kiabi Espagne sont axées sur la création d'un environnement de travail propice au bien-être dans toutes ses dimensions : sécurité, physique, émotionnelle et économique, en offrant une formation adaptée aux différents postes occupés par nos équipes dès leur entrée dans l'entreprise. En termes d'accidents, en 2022 il y a eu 29 accidents avec arrêt de travail (en 2021 il y a eu 25 accidents avec arrêt de travail), tous mineurs. Le taux d'incidence sur les jours ouvrés (entendu comme le rapport en pourcentage entre les accidents du travail avec arrêt sur les jours ouvrés (absence sans rechute) et l'effectif) représente 1,78%, le taux d'incidence des accidents du travail avec arrêt en 2022, dans l'activité de commerce de détail, étant de 2,18%.

Les données correspondant au nombre d'accidents du travail avec arrêt, ventilées par sexe, sont présentées ci-dessous

SEXE	2022	2021
Hommes	1	2
Femmes	28	23
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>25</b>

## Relations sociales

KIABI Espagne est couvert par sa propre convention collective d'entreprise, qui s'applique à 100 % de ses travailleurs, de sorte que fin 2022, le pourcentage de travailleurs couverts par la convention était de 100 %. Le 21 décembre 2022, la table de négociation a été mise en place pour converger avec l'accord de l'Association nationale des grands magasins, qui devrait être finalisé en janvier 2023.

KIABI Espagne dispose d'un comité d'entreprise inter-sites composé de membres des partenaires sociaux et de l'entreprise. Par le biais de réunions régulières et de mécanismes de négociation collective, le dialogue est maintenu avec les représentants des travailleurs, un exemple de ce canal d'information étant les accords sur le maintien de l'emploi, l'accord sur le positionnement de la journée de travail et l'accord sur la déconnexion numérique.

KIABI Espagne dispose également d'un comité d'hygiène et de sécurité, un organe de participation conjointe et collégiale pour une consultation régulière et périodique sur les actions nécessaires en termes de prévention

des risques. Les comités d'hygiène et de sécurité sont chargés de défendre les intérêts des travailleurs en matière de prévention des risques professionnels.

Enfin, KIABI Espagne veille au respect des objectifs d'égalité définis dans son plan d'égalité, en maintenant un canal de communication régulier, avec lequel elle maintient l'établissement d'un protocole contre le harcèlement sexuel et le harcèlement sexiste, comme le prévoit notre convention collective, dont le chapitre XI contient l'accord pour la prévention et le traitement des situations de harcèlement moral et sexuel. L'accord définit les types de harcèlement (articles 57 et 58) et la procédure d'action (article 59) conformément aux recommandations législatives. Au cours de l'année 2022, aucune plainte relative au harcèlement n'a été enregistrée selon le rapport indiqué par le comité d'enquête.

## La formation

La politique de formation de l'entreprise répond aux besoins identifiés par l'entreprise et à ceux qui peuvent être transmis par les individus dans le cadre de leur processus d'évaluation des performances. Le catalogue des formations est visible par tous les salariés. Toutes les formations ont lieu pendant les heures de travail. Les personnes devant passer des examens peuvent s'y inscrire via une application d'affectation interne. La stratégie de formation de l'entreprise est basée sur le modèle d'apprentissage 70/20/10. 70 % sont acquis par la formation en cours d'emploi, 20 % sont appris par d'autres (par exemple, par des expériences de mentorat) et 10 % par une formation formelle.

Le nombre total d'heures de formation par sexe est présenté ci-dessous.

SEXE	Heures 2022	Heures 2021
Femmes	27 708	18 383
Hommes	4 817	2 746
<b>Total</b>	<b>32 525</b>	<b>21 129</b>

## Égalité

En tant que découvreur de talents, nous sommes fiers d'offrir l'égalité des chances et nous nous engageons à recruter les meilleurs talents, sans distinction de race, de sexe, d'âge ou d'autres capacités. KIABI Espagne maintient ses plans de surveillance et d'action conformément à la loi organique 3/2007 du 22 mars, et est régie, tant dans l'interprétation que dans l'application de sa convention collective actuelle et valide, par le principe d'égalité et de non-discrimination pour des raisons personnelles inscrit dans l'article 14 de la Constitution et dans l'article 17.1 du Statut des Travailleurs, et surtout par le principe d'égalité effective entre les femmes et les hommes qui a été développé à partir de la loi 3/2007 du 22 mars.

Ces dispositions sont considérées comme une référence interprétative essentielle pour la convention collective susmentionnée. KIABI Espagne dispose également d'un plan d'égalité pour les femmes et les hommes qui comprend l'engagement de l'entreprise sur les points suivants :

1. La sélection ;
2. Recrutement ;
3. Promotion ;
4. La formation ;
5. La rémunération ;
6. Rapprochement ;
7. Santé au travail ;
8. Prévention du harcèlement sexuel et/ou sexiste et de la violence sexiste ;
9. Communication et sensibilisation.

Dans ce contexte et en continuant dans la ligne de travail susmentionnée, Le 14 septembre 2022, le deuxième plan d'égalité de Kiabi España a été signé.

### Rémunération moyenne par catégorie, tranche d'âge et sexe.

	Nombre	Rémunérations totales	Rémunération moyenne
Cadres directeurs Hommes	4	381 907	103 218
Cadres intermédiaires Hommes	44	1 652 752	37 469
Employés Hommes	69	1 355 998	19 764
Cadres directeurs Femmes	3	265 722	88 574
Cadres intermédiaires Femmes	103	3 194 703	30 941
Employés Femmes	582	11 080 978	19 045
<b>Total rémunération hommes</b>	<b>116</b>	<b>3 390 657</b>	<b>29 124</b>
<b>Total rémunération femmes</b>	<b>688</b>	<b>14 541 403</b>	<b>21 133</b>

	Nombre	Rémunérations totales	Rémunération moyenne
Cadres directeurs Hommes <25	0	0	0
Cadres directeurs Hommes 25-35	0	0	0
Cadres directeurs Hommes 36-55	4	381 907	103 218
Cadres directeurs Hommes >55	0	0	0
Cadres intermédiaires Hommes <25	0	0	0
Cadres intermédiaires Hommes 25-35	16	475 333	29 323
Cadres intermédiaires Hommes 36-55	26	1 049 687	40 156
Cadres intermédiaires Hommes >55	2	127 732	72 575
Employés Hommes <25	14	256 824	18 665
Employés Hommes 25-35	34	674 413	19 924
Employés Hommes 36-55	19	395 647	20 331
Employés Hommes >55	2	29 114	18 905

	Nombre	Rémunérations totales	Rémunération moyenne
Cadres directeurs Femmes <25	0	0	0
Cadres directeurs Femmes 25-35	0	0	0
Cadres directeurs Femmes 36-55	3	265 722	88 574
Cadres directeurs Femmes >55	0	0	0
Cadres intermédiaires Femmes <25	0	0	0
Cadres intermédiaires Femmes 25-35	37	981 389	26 311
Cadres intermédiaires Femmes 36-55	64	2 158 759	33 495
Cadres intermédiaires Femmes >55	2	54 555	36 370
Employés Femmes <25	68	1 260 961	18 519
Employés Femmes 25-35	259	4 917 580	18 957
Employés Femmes 36-55	249	4 804 287	19 303
Employés Femmes >55	5	98 150	18 009

Le calcul du nombre de travailleurs a été effectué selon le critère des heures de travail annuelles effectives (employé à temps plein).

# MÉTHODOLOGIE ET DÉFINITIONS



## Contexte

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

- Les mesures propres à identifier et prévenir les atteintes sociales, sociétales et environnementales liées à son activité, dans le cadre d'une obligation de moyens, pour l'année 2022 ;
- 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. Ainsi, les éléments qui concernent le plan de vigilance sont identifiés par le sigle suivant : 

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 (ci-après les « Kiabers »).

Les risques d'atteintes graves sont définis en fonction de la gravité et de la fréquence (prenant en compte l'ampleur et le caractère réversible ou non des atteintes).

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.

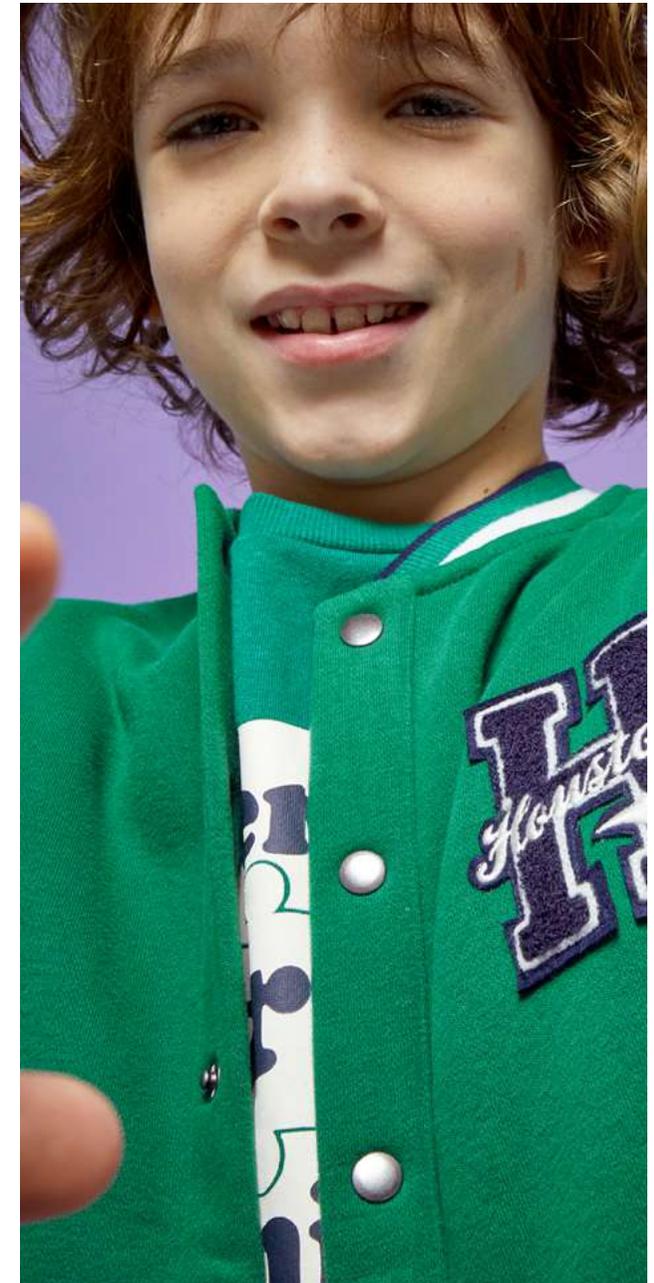
Eléments obligatoires à traiter dans la DPEF

- L'économie circulaire : traité dans les parties Optimiser la gestion de nos déchets ET Guider nos clients vers une consommation plus responsable
- Le changement climatique : traité dans la partie Bilans carbone et biodiversité
- 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 Améliorer la qualité de vie et les conditions de travail. Le détail des accords collectifs se trouve en Annexe.

Il est à noter que nous avons Comité Social et Economique Central (CSEC) - 4 Comités Sociaux et Economiques (CSE) dont 3 ont une Commission Santé Sécurité et Conditions de Travail (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 Favoriser le bien-être et la performance grâce à la diversité.
- Le handicap : traité dans la partie Favoriser le bien-être et la performance grâce à la diversité.
- Le respect du bien-être animal Jugé non pertinent car nous ne concevons que :
  - o 0,04% des achats des collections ÉTÉ et HIVER 2022 contiennent du cuir
  - o 0,3% (de tous nos achats hors chaussures) des collections ÉTÉ et HIVER 2022 contiennent de la laine
  - o 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

Le Groupe KIABI souhaite devenir une entreprise sociétale et environnementale pour incarner une posture respectueuse des Hommes, de la société et de l'environnement. Nous souhaitons être acteur de ces sujets pour aller vers un monde plus juste, plus équitable et plus respectueux.



## Note méthodologique et définitions

### Période et périmètre du rapport

Période de reporting :

- Les données sociales, sociétales et environnementales portent sur la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2022.
- Les données collection sont basées sur la période d'achat des collections été et hiver 2022.

### 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.

**Equipes 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.

### Cartographie des risques

Nous avons revu notre cartographie des risques extra-financiers en 2020. Cette cartographie a été co-construite entre l'équipe RSE et l'équipe d'audit interne et a été élaborée selon plusieurs étapes :

- Elaboration de fiches de risques sociaux et environnementaux liés au secteur textile (dénomination du risque, impacts, description du risque, mesures pour y répondre, parties prenantes impactées, parties prenantes ayant un droit de regard)
- Notation du risque brut sur base de critères spécifiques établis par l'audit interne (fréquence et gravité) tenant notamment compte des impacts sur les hommes et la planète.
- Sondage administré aux parties prenantes afin de prendre en compte leur perception des risques sociaux et environnementaux pour l'écosystème KIABI : 130 parties prenantes interrogées dont 77 externes et 53 internes (prestataires de service, ONG, fournisseurs, Kiabers, banques/assurances/courtage, affiliés/franchisés) dont les retours (62% de répondants soit 87 répondants) ont permis de noter les risques préalablement identifiés sur base de leur perception.
- Calcul de la note totale du point de vue de KIABI et du point de vue des Parties Prenantes. Comparaison des deux données. Prise en compte des risques ayant une note supérieure ou égale à 7 pour ne tenir compte que des risques majeurs

Cette cartographie des risques a été présentée et validée en 2020 par le directeur développement durable. Il en ressort les risques exposés dans la partie Cartographie des risques extra-financiers que nous monitorons via les indicateurs clés de performance.

Sur 2022, nous avons décidé d'intégrer le risque de corruption à cette cartographie des risques.



## Agir pour l'environnement

### Définitions des termes repris

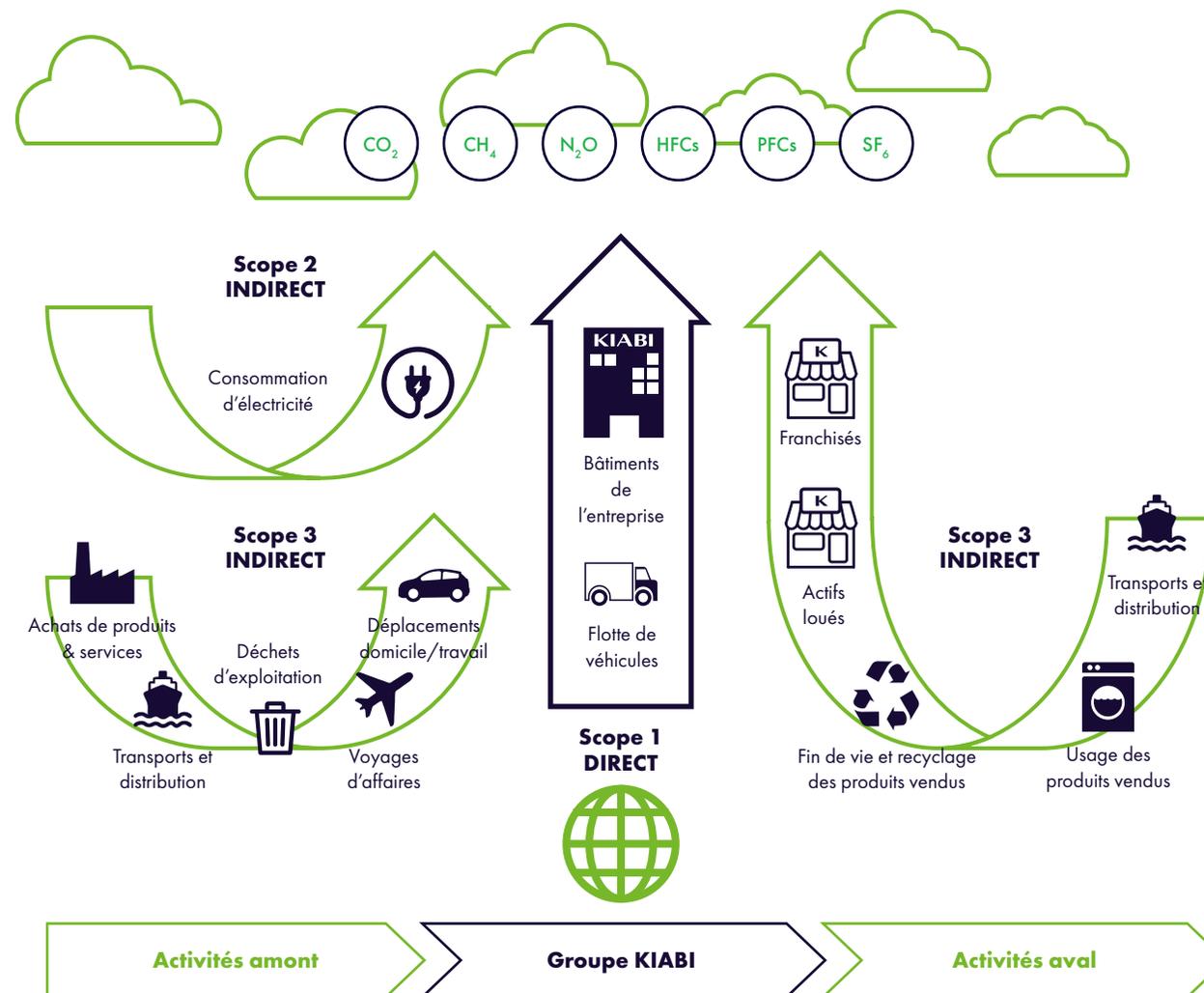
**Biodiversité** (source | Care, bilan biodiversité Kiabi 2020). On entend par biodiversité, ou diversité biologique, la variabilité des organismes vivants de toute origine, y compris les écosystèmes terrestres, marins et autres écosystèmes aquatiques, ainsi que les complexes écologiques dont ils font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

**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



**Bilan carbone** : les scope 1-2-3 recouvrent : (source | Care and Consult, adapted from GHG Protocol)



### 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.  
Coton 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.
  - Elasthane (commercialisé sous les appellations Spandex ou Lycra) : utilisé chez Kiabi.

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

- Les fibres artificielles obtenues à partir de pulpe végétale appelée cellulose. Cette matière organique est chimiquement traitée pour obtenir une fibre dite artificielle. Elles sont les suivantes :
  - Viscose : utilisée chez Kiabi.
  - Lyocell, TencelTM, Eco VeroTM: 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.

### 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.

## 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.

## Economie 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)



## 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. Elles sont au nombre de 27.

## Définition des indicateurs

### Indicateurs d'éco-conception

Pour l'ensemble des indicateurs d'éco conception, nous prenons les quantités achetées et effectivement reçues des collections ETE et HIVER N (soit ETE et HIVER 2022 pour la DPEF 2022)

#### - % de produits textile éco-conçus achetés (en pièces)

La formule de calcul utilisée pour est la suivante : total des produits textile éco conçus achetés en pièces / total des produits achetés en pièces

Périmètre :

- > Produits textiles
- > Exclusions : produits défectueux identifiés lors des contrôles qualité en usine, qui ne sont donc pas achetés par KIABI
- > Matière de la couche principale

Changement de périmètre : en 2021, le périmètre excluait les groupes chaussures, accessoires et produits vendus exclusivement sur le web. En 2022, nous étendons le périmètre à l'ensemble des produits textiles achetés (les produits textiles du groupe accessoires et du groupe des produits vendus exclusivement sur le web sont donc pris en compte).

#### - % d'achats par matières (en poids)

Définition : volume total de matière achetée en tonnes

Périmètre :

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

Changement de périmètre : en 2021, le périmètre excluait les groupes chaussures, accessoires et produits vendus exclusivement sur le web. De plus, une marge de sécurité de +10% était prise en compte. En 2022, nous étendons le périmètre à l'ensemble des produits. Nous avons fiabilisé la base poids des produits, ce qui nous permet de retirer cette sécurité de 10%.

#### - % de fibres plus durables dans nos produits textiles (en pièces)

Formules de calcul utilisée : total des produits textile utilisant une matière principale dites plus durable achetés en pièces / total des produits achetés en pièces

Périmètre identique à celui de l'indicateur % de produits éco conçus achetés (en pièces)

#### - % de pièces conçues via un procédé de transformation à plus faible impact (en pièces)

La formule de calcul utilisée est la suivante : total des produits ayant fait l'objet d'un éco procédé achetés en pièces / total des produits achetés en pièces

Périmètre :

- > Produits textiles
- > Exclusions des accessoires, des produits vendus exclusivement sur le web et des chaussures

### Indicateurs de fin de vie

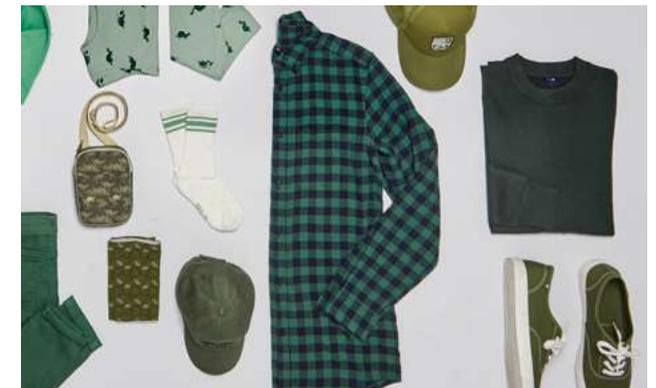
#### - % de textiles collectés en France vs mis sur le marché (vendus) en N-2

La formule de calcul utilisée est la suivante : tonnes des volumes collectés / tonnes des volumes 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 :

- > Collecte France
- > Ventes de nos magasins succursales, affiliés et sur le web en France uniquement



## Agir pour les femmes et les hommes

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. Pour les autres pays, nous utilisons des logiciels différents ou avons recours à des prestataires de paie.

### Définitions des indicateurs repris (hors Russie)

#### Effectifs au 31/12/2022

Il s'agit du nombre total de Kiabers (CDD / CDI et alternants) présents au 31/12/2022. 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).

- Ok tous pays Kiabi.

**Turnover :** La formule de calcul utilisée pour le turnover est la suivante : ((Nombre de départs sur l'année 2022 + Nombre d'embauches sur l'année 2022) / 2) / effectif au 01/01/2022

Périmètre : uniquement les CDI

- Nous entendons par départs : nombre 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 : nombre 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.
- Ok tous pays Kiabi (hors Turquie, car ouverture des bureaux)

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.

**Taux d'absentéisme :** Il correspond au nombre de jours d'absences calendaires par rapport au nombre de jours calendaires théoriquement travaillés. La formule de calcul utilisée :

Nombre de jours calendaires d'absence / nombre de jours calendaires de contrat en N

- Le nombre de jours de travail théorique calendaire correspond au nombre 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.

- Pour les salariés cadres, le calcul se fait comme suit : nombre de journées calendaires d'absence (nombre de jours d'absence maternité, accident du travail...) / Nombre 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 calcul 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.

- Ok tous pays Kiabi excepté pour l'indicateur consolidé dans lequel l'Italie n'est pas incluse.

#### Taux de fréquence des accidents du travail :

La formule de calcul utilisée :

Nombre d'AT \* 1000000 / nombre 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

- Ok tous pays Kiabi (hors Asie et Portugal en 2021).

#### Taux de maladies professionnelles :

La formule de calcul utilisée : Nombre de maladies professionnelles déclarées en 2022 / Nombre de collaborateurs au 31/12/2022.

Périmètre : CDD, CDI et alternants

- Ok tous pays Kiabi.

#### Taux de collaborateurs à capacité différente :

La formule de calcul utilisée :

Nombre de collaborateurs reconnus handicapés sur l'année \* 100 / (nombre total CDI & CDD yc alternants présents au 31/12/2022)

Part des collaborateurs en situation de handicap dans les effectifs.

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.

#### Nombre heures de formation :

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 obligatoires et optionnelles, internes ou externes à l'organisation, qualifiantes ou non.

Périmètre : CDD / CDI et alternants, stagiaires exclus

- Ok tous pays Kiabi

#### Nombre moyen d'heures de formation par Kiaber formé :

Heures totales de formation (cf indicateurs ci-dessus) / Nombre de collaborateurs formés

Périmètre : CDD / CDI et alternants, stagiaires exclus

- Ok tous pays Kiabi

#### Taux de Kiabers formés :

Nombre de kiabers formés ayant au moins eu une formation sur l'année 2022 / Nombre 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

Changement de méthode de calcul par rapport aux exercices précédents : en 2021 et avant, le dénominateur de l'indicateur était le nombre de Kiabers au 31/12/N.

#### 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

## Définitions des termes repris

**GPEC :** La gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) est une méthode pour adapter – à court et moyen termes – les emplois, les effectifs et les compétences aux exigences issues de la stratégie des entreprises et des modifications de leurs environnements économique, technologique, social et juridique.

La GPEC est une démarche de gestion prospective des ressources humaines qui permet d'accompagner le changement. Elle doit permettre d'appréhender, collectivement, les questions d'emploi et de compétences et de construire des solutions transversales répondant simultanément aux enjeux de tous les acteurs concernés : les entreprises, les territoires et les actifs.

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

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

**Norme ISO 9001 :** La norme ISO 9001 est la norme du management de la qualité. Elle apporte des garanties en termes de qualité organisationnelle au sein de tout type de structure. La certification ISO 9001 consiste à apporter la preuve qu'un système d'amélioration continue a été mis en place au sein de l'entreprise. Elle est fondée sur les principes du management de la qualité : Orientation client, Leadership, Collaboration (impliquer les collaborateurs de l'entreprise dans les objectifs), Approche processus, Amélioration, Prise de décision fondée sur des preuves, Gestion des relations avec les parties intéressées.

**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

**Sont exclus du scope d'audits de conformité sociale et environnementale sur 2022:**

- Les fournisseurs Rang 1 pour les articles vendus uniquement sur notre site web qui sont sourcés auprès de fournisseurs spécifiques. Ces exclusivités représentent 1,5% de nos quantités vendues en magasins et sur le web.
- Les fournisseurs Rang 2 qui ne nous auraient pas été déclarés 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.

## Agir pour une mode inclusive



### Label HappyIndex® / Trainees

Le label ChooseMyCompany met en avant l'animation, l'amélioration et la valorisation des programmes de stage et d'apprentissage. Le label est obtenu sur base de questionnaire envoyé à chaque étudiant en fin de mission de stage ou apprentissage. Une note finale est attribuée sur base des notes données par les étudiants. ChooseMyCompany est une entreprise à mission dont la finalité est d'améliorer la relation au travail.



**Contact RSE KIABI**

RSEKiabi@kiabi.com

**Contacts presse**

Agence MCD\_Mot Compte Double

Alexandra Breyne  
abreyne@motcomptedouble.fr  
06.30.81.90.17

France Thebault  
fthebault@motcomptedouble.fr  
06.78.65.93.34



kiabi.com