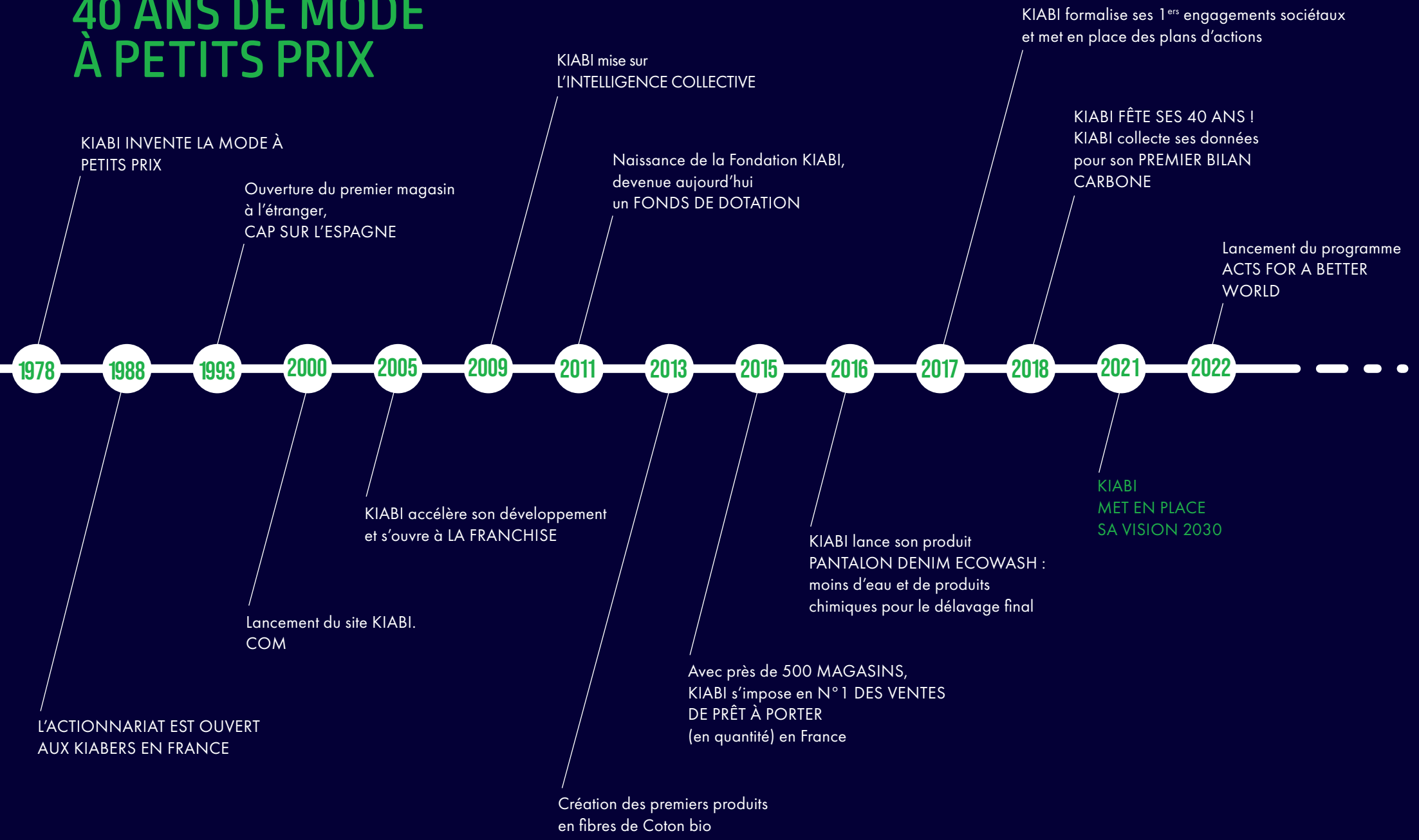
DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE DU GROUPE KIABI

2022

KIABI

* « KIABI agit pour un monde meilleur »

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 dediée à l'éco-conception - **4** personnes
- **1** équipe dediée 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 actionnariat 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-conçus
- **2,7 millions** de tonnes eq CO_2 / **8,8 kg** eq CO_2 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. Nour 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

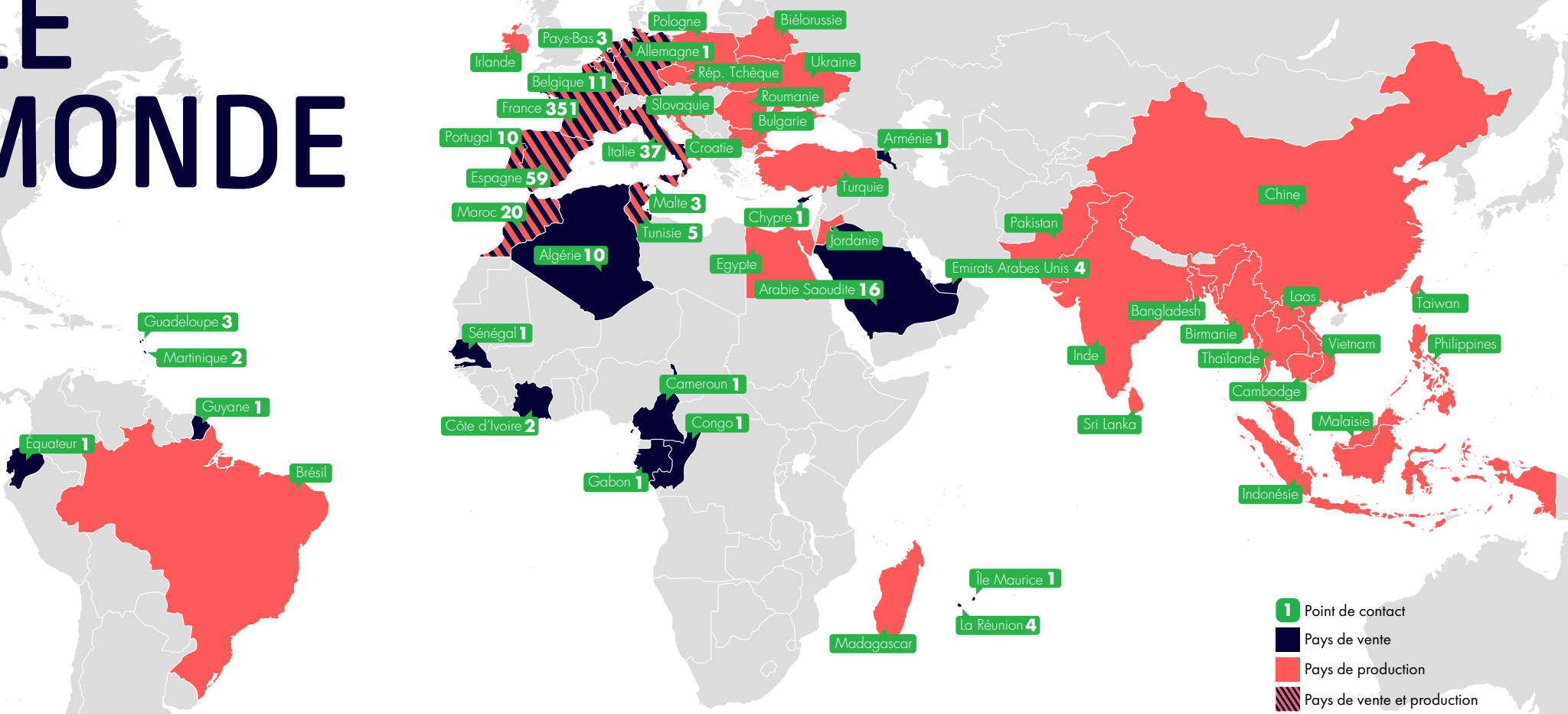
550 POINTS DE CONTACT*

204 FOURNISSEURS MARCHANDS

82 FRANCHISÉS ET AFFILIÉS

38 PAYS DE PRODUCTION

26 TERRITOIRES DE VENTES



LES ENGAGEMENTS SOCIETAUX 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
Environnemental	Impacts environnementaux liés à la production des articles KIABI	• Dégradation de la biodiversité • Épuisement des ressources non renouvelables • Changement climatique (hausse des émissions de gaz à effet de serre)	• % achats par matière (en poids) • % de fibres durables dans nos vêtements (en pièces) • % de produits éco-conçus achetés (en pièces) • % de pièces conçues via un procédé de transformation à plus faible impact (en pièces) • Nombre d'audits d'usines sur la partie environnement par pays pour les fournisseurs de rang 1 et 2 • % des audits environnementaux d'usines notés A, B ou C • % d'usines de rang 2 aux procédés très consommateurs d'eau auditées
	Impacts environnementaux liés à la fin de vie des produits	• Gaspillage et pollution liés au manque de récupération et recyclage des produits	• Volume de textiles et chaussures usagés collectés auprès de nos clients et valorisés (recyclage, revente, réemploi) • % de textiles collectés en France vs mis sur le marché (vendus) en N-2
	Santé - sécurité des client-es	• Non-conformité réglementaire (REACH…) • Atteinte à la santé / sécurité des clients (Troubles médicaux, Invalidité, Blessures)	• Nombre d'alertes clients liées à des problématiques de santé / sécurité des produits • Nombre de références retirées de la vente
Social	Climat social interne	• Dégradation du dialogue social et des conditions de travail liée à la politique sociale • Risque réputationnel pour KIABI	• Turnover • % de satisfaction des Kiabers (trust index GPTW)
	Santé – sécurité des collaborateurs	• Dégradation de la santé / sécurité des collaborateurs pouvant amener : - des troubles musculosquelettiques liés aux activités en logistique et en magasin générant des arrêts de travail répétitifs, des invalidités partielles (et au final une diminution de ressources) - des troubles psychologiques suite à des agressions notamment en magasin - des accidents du travail - une fragilité psychique des populations impactées par les changements d'organisation - des maladies ou anxiété en cas d'épidémie	• Taux de fréquence des accidents du travail • % de l'effectif en maladie professionnelle • Taux d'absentéisme
	Gestion des compétences et de l'employabilité des collaborateurs	• Obsolescence des compétences via un manque d'accompagnement de KIABI • Incapacité à attirer, garder et motiver les talents nécessaires au bon fonctionnement et au bon développement des activités de l'entreprise • Perte d'attractivité auprès de potentiels candidats	• Nombre d'heures de formation • Nombre moyen d'heures de formation par collaborateur formé • % de Kiabers formés
Social / Sociétal	Santé - sécurité des ouvriers + droits humains	• Manque de garanties concernant la sécurité physique des ouvriers sur les lieux de travail • Défaut de protection de la santé des ouvriers • Atteintes aux Droits de l'Homme (travail des enfants, travail forcé, discrimination, harcèlement, liberté syndicale, non-respect des règles de l'OIT…) • Non-respect des règles relatives à la rémunération et au temps de travail	• % de fournisseurs de rang 1 formés au code de conduite KIABI • Nombre d'audits d'usines sur le volet social par pays pour les fournisseurs de rang 1 et 2 • % d'audits sociaux d'usines notées A, B ou C donc évaluées conformes • % de nouvelles usines référencées A, B ou C (rang 1) • % d'usines de niveau E ayant une meilleure note après 6 mois (rang 1)
	Éthique	• Risque de corruption, notamment dans certaines filiales dans la relation avec les Parties prenantes en raison de nos volumes d'achat importants	• Comité Ethique et Compliance KIABI

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.

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 2nde main** avec l'ouverture d'un concept store Kidkanaï, et 81 corners supplémentaires dans les magasins KIABI

Les résultats 2022

2,7 MILLIONS DE TONNES EQ CO^2 ÉMISES EN 2021

72% DE PRODUITS TEXTILES ÉCO CONÇUS ACHETÉS

34 FOURNISSEURS UTILISANT DES ÉNERGIES RENOUVELABLES (>5%)

3,3% DE TRANSPORT AÉRIEN

388 TONNES DE TEXTILES ET CHAUSSURES COLLECTÉS

750 000 PIÈCES VENDUES EN SECONDE MAIN

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 KIABERS 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 1pt.

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 décrire des plans d'actions plus ciblés et plus exigeants.

Les résultats 2022

90% DES AUDITS SOCIAUX CONFORMES

86,5% DES AUDITS ENVIRONNEMENTAUX CONFORMES

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 Atlernant 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

AGIR POUR L'ENVIRONNEMENT

Changement climatique	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
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^2	9,3			8,8	
% de baisse d'intensité carbone vs 2018				-5%	
Eco-conception produits	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
% offre éco-conçue hors article exclus web, chaussures et accessoires (en pièces)		**19%**	**34%**	**66%**	**74%**
% offre textile éco-conçue (en pièces)					**72%**
% de matières plus durables (en pièces)			**32%**	**64%**	**72%**
- 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%
Part des matières (en poids)					
- 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%
% matières recyclées (en pièces)			**1%**	**5%**	**11%**
% produits textiles mono composition	**45%**	**46%**	**48%**	**51%**	**47%**
% des produits conçus via un procédé de transformation à plus faible impact			**3%**	**7%**	**8%**
Fin de vie	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
Tonnes de textiles et chaussures collectés	**38**	**112**	**119**	**180**	**388**
% tonnes de textiles et chaussures collectés sur les tonnes mises sur le marché en N-2				**0,6%**	**1,1%**

AGIR POUR UNE MODE INCLUSIVE

Petits Magasins : business solidaire	2018	2019	2020	2021	2022
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
Fonds de dotation : Kiabi Life	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
Dons aux associations partenaires				106 430	163 508
Bénéficiaires				10 000	16 000
Nombre de Kiabers impliqués				6 850	9 000
Actions solidaires	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
€ 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

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

Net Promoter Score Clients	2018	2019	2020	2021	2022
NPS monde				**67**	**68**
France				65	67
Espagne				70	70
Italie				74	73
Belgique				68	68
Portugal				77	77

ACCOMPAGNER LES KIABERS

Effectifs	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
Donnée consolidée groupe	**10 315**	**10 052**	**9 155**	**9 107**	**9 536**
Effectifs détaillés par pays	**10 315**	**10 052**	**9 155**	**9 107**	**9 536**
- 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%

Safisaction Kiabers (Trust index de Great Place to Work)	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
Donnée consolidée groupe				**73%**	**74%**
- Territoire France				71%	72%
- Espagne				79%	78%
- Italie				77%	79%
- Portugal				89%	87%
- Belgique				82%	82%
- Asie				81%	78%
- Russie				76%	

Turnover	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
Donnée consolidée groupe				**9,7%**	**18,4%**
- 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%

Formations	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
Nombre d'heures de formation dispensées			**59 757**	**97 040**	**90 957**
- 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	-
% de Kiabers formés				**98%**	**48%**
- 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%
Nombre d'heures de formation par Kiaber formé				**9**	**11,7**
- 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		-

Santé sécurité des Kiabers	2018	2019	2020	2021	2022
Maladies professionnelles				**0,3%**	**0,3%**
- 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%
Absentéisme				**5,3%**	**6,3%**
- 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%
Taux de fréquence des accidents du travail				**15,4**	**23,9**
- 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	-	-

Diversité	2018	2019	2020	2021	2022
% de collaborateurs à capacité différente				**3%**	**3%**
- 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%
Index égalité hommes femmes (France)	**93**	**97**	**92**	**98**	**94**

TRAVAILLER AVEC ETHIQUE

Fournisseurs	2018	2019	2020	2021	2022
Nombre de fournisseurs direct sous contrat (rang 1)	**150**	**137**	**138**	**144**	**204**
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

Usines	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
Nombre d'usines de rang 1		**414**	**387**	**405**	**388**
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
Nombre d'usines de rang 2 déclarées		**434**	**519**	**428**	**428**
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
Nombre d'usines de rang 2 dites « wet process»		**179**	**168**	**151**	**184**
Formation au code de conduite	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
% de fournisseurs de rang 1 formés à notre code de conduite	**71%**	**80%**	**96%**	**91%**	**98%**

Conformité environnementale	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
Nombre d'audits environnementaux d'usines de rang 1 et 2	**25**	**49**	**90**	**138**	**201**
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%
Poids des audits environnementaux d'usines de rang 2 wet process sur le total		**88%**	**87%**	**80%**	**84%**
% d'usines de rang 2 aux procédés très consommateurs d'eau auditées		**24%**	**46%**	**74%**	**91%**
% de conformité des audits environnementaux (usines de rang 1 et 2)					**87%**

Conformité sociale	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
Nombre d'audits sociaux d'usines de rang 1 et 2	**607**	**835**	**832**	**1016**	**1167**
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%
% de conformité des audits sociaux des usines de rang 1 et 2	**90%**	**96%**	**97%**	**98%**	**90%**
% des usines de rang 1 existante notée E ayant eu une meilleure note dans les 6 mois					**91%**
% de nouvelles usines de rang 1 référencées ayant eu la note A, B ou C (conformes)					**100%**

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