

**DÉCLARATION  
DE PERFORMANCE  
EXTRA-FINANCIÈRE  
DU GROUPE KIABI**

**2021**

---

**KIABI**





# SOMMAIRE

## P04 GOUVERNANCE & STRATEGIE

- P03 Edito
- P05 Le contexte et le modèle d'affaires
- P09 Gouvernance et stratégie du groupe KIABI
- P13 La cartographie des risques RSE
- P15 Les parties prenantes et partenariats

## P17 UNE MODE PLUS RESPONSABLE

- P19 Le bilan carbone et biodiversité
- P23 Le cycle de vie des produits
- P32 La conformité des usines et des produits
- P33 Vers une consommation plus responsable

## P35 UNE MODE INCLUSIVE

- P37 « Le Petit Magasin » : le social business de KIABI
- P38 Le mentoring : des kiabers offrent leur temps
- P40 KIABI Life : Le Fonds de dotation solidaire
- P41 Collections et magasins : la mode accessible à tous
- P42 La diversité : clé du bien-être et de la performance au travail

## P44 LES KIABERS AU CŒUR DE LA MODE

- P46 La culture KIABI : un management de proximité
- P49 Manager les talents pour préparer l'avenir
- P51 Un dialogue social fluide : clé d'un climat social serein
- P52 Préserver la santé et la sécurité des Kiabers : une priorité
- P53 Nos partenaires : acteurs de notre démarche sociale

## P56 MÉTHODOLOGIE ET DÉFINITIONS

## P63 ANNEXES

- P63 Annexe 1 : Nos indicateurs de performance
- P68 Annexe 2 : Détail des accords collectifs par pays
- P71 Annexe 3 : Données spécifiques Espagne

# EDITO

Nous venons de vivre une année 2021 difficile sur le plan sanitaire pour nos équipes, pour nos clients et pour nos partenaires.

Pour autant, cette année nous a permis de très belles avancées vers une mode plus durable.

Nous savons que tout n'est pas parfait mais nous œuvrons année après année avec honnêteté et sincérité pour accélérer et ancrer de manière concrète notre programme vers une mode toujours plus responsable, durable, positive, respectueuse des ressources, de la biodiversité et des Hommes.

Notre vision correspond pleinement à nos engagements :

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

## NOTRE ENGAGEMENT POUR LA PLANÈTE

avec 66% de produits + durables ainsi que la part croissante de notre offre seconde main et la collecte de textile en fin de vie.

## NOTRE ENGAGEMENT SOCIÉTAL

en continuant notre travail en proximité avec nos fournisseurs, le développement de nos « Petits Magasins » solidaires, la création de 18 emplois d'insertion et l'évolution de notre Fondation en Fonds de dotation pour élargir notre champ d'actions à l'international.

## NOTRE ENGAGEMENT SOCIAL

en mettant nos collaborateurs au cœur de nos actions, en les accompagnant dans leur évolution professionnelle, en agissant sur notre climat social et pour le bien-être au travail. Nous comptons en 2021, 73% de collaborateurs satisfaits de travailler chez KIABI (enquête Great Place To Work 2021).

Notre vision 2030 est ambitieuse et engageante, nous sommes convaincus que le rôle de l'entreprise est de créer de la valeur, en le faisant mieux, en prenant soin de la planète, de nos équipes, de nos clients et de notre écosystème.



**Elisabeth Cunin**  
Présidente KIABI



**Patrick Stassi**  
CEO KIABI

# GOVERNANCE & STRATÉGIE

## LE CONTEXTE ET MODÈLE D'AFFAIRES

- 2021 en quelques chiffres
- KIABI dans le Monde
- 40 ans de mode à Petit prix
- Le modèle d'affaires

## LA GOUVERNANCE ET LA STRATÉGIE DU GROUPE

- La gouvernance du groupe KIABI
- La stratégie du groupe KIABI
- Les engagements pour 2025
- La gouvernance RSE de KIABI

## LA CARTOGRAPHIE DES RISQUES RSE

## LES PARTIES PRENANTES ET PARTENARIATS



# LE CONTEXTE ET LE MODÈLE D'AFFAIRES

## 2021 EN QUELQUES CHIFFRES



**73%**

DES KIABERS SATISFAITS  
DE TRAVAILLER  
CHEZ KIABI

(non comparable en 2020)



**66%**

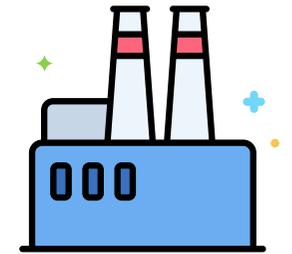
DE PRODUITS  
ÉCO-CONÇUS ACHETÉS  
(en pièces) (34% en 2020)



**98%**

DES USINES CONFORMES  
(conforme / non conformités  
mineures) des usines auditées des  
fournisseurs de rang 1 et 2  
(96,5% en 2020)

# KIABI



**74%**

D'USINES DE RANG 2  
AUX PROCÉDÉS TRÈS  
CONSOMMATEURS  
D'EAU AUDITÉES

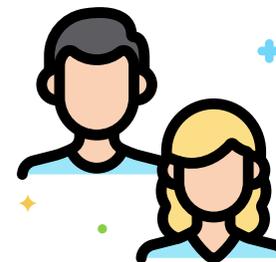
(sur le volet environnement)  
(46% en 2020)



**180**

TONNES DE TEXTILES  
ET CHAUSSURES  
USAGÉS COLLECTÉS  
AUPRÈS DE NOS CLIENTS  
ET VALORISÉS

(119 en 2020)



**18**

EMPLOIS D'INSERTION  
CRÉÉS PAR LES ACTIVITÉS  
DE KIABI

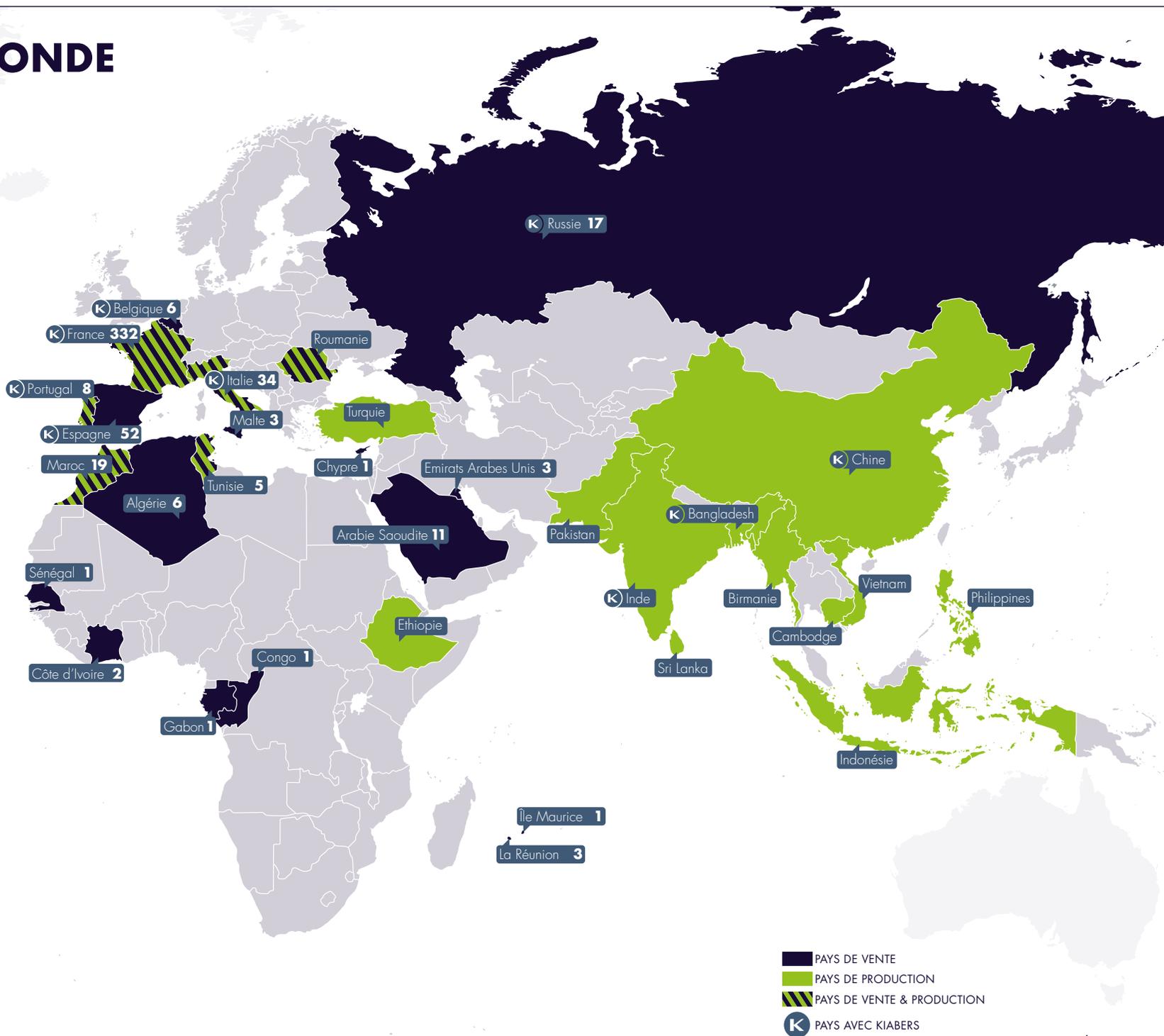
(création d'emplois directs/  
indirects) (9 en 2020)

# KIABI DANS LE MONDE

**516**  
MAGASINS  
DANS 21 TERRITOIRES

**87**  
PARTENAIRES  
(FRANCHISÉS, AFFILIÉS)

**9**  
PAYS DE VENTE WEB



PAYS DE VENTE  
 PAYS DE PRODUCTION  
 PAYS DE VENTE & PRODUCTION  
 PAYS AVEC KIABERS

# 40 ANS DE MODE À PETITS PRIX



# LE MODÈLE D'AFFAIRES

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

**KIABI**  
Entreprise familiale

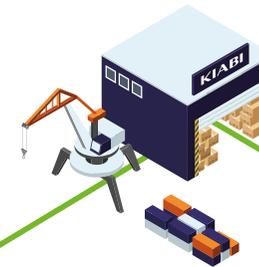
Créée en  
**1978**

Nous sommes  
**9 107**  
KIABERS

dans le Monde dont  
**61%**  
SALARIÉS ACTIONNAIRES

Nos produits sont transportés  
jusqu'à nos entrepôts  
ou ceux de nos partenaires  
puis expédiés aux magasins

**14 253 KM**  
PAR PRODUIT



Nous vendons  
nos produits dans

**516**  
MAGASINS  
EN PROPRE  
et dans 87  
magasins  
partenaires

Nous concevons nos collections  
au meilleur rapport mode/qualité/prix

**4510**  
PRODUITS ÉCO CONÇUS



Nous négocions  
puis suivons  
la fabrication chez nos

**144**  
FOURNISSEURS



**15,4%**  
DE CA EN DIGITAL  
et autres formats



Nous proposons  
des corners de vente  
de produits 2<sup>de</sup> main

**39** ET **300**  
CORNERS 2<sup>NDE</sup> MAIN BORNES DE COLLECTE

Nous donnons une partie  
de nos invendus  
à des associations

**1.062.999**  
PIÈCES DONNÉES/AN



Nous proposons à nos clients  
l'e-resa, le click and collect, le retrait en drive.  
En magasin, atelier  
de customisation/réparation et retouche

**2.813.150**  
COMMANDES E-RESA



# GOVERNANCE ET STRATÉGIE DU GROUPE KIABI

## LA GOUVERNANCE DU GROUPE KIABI

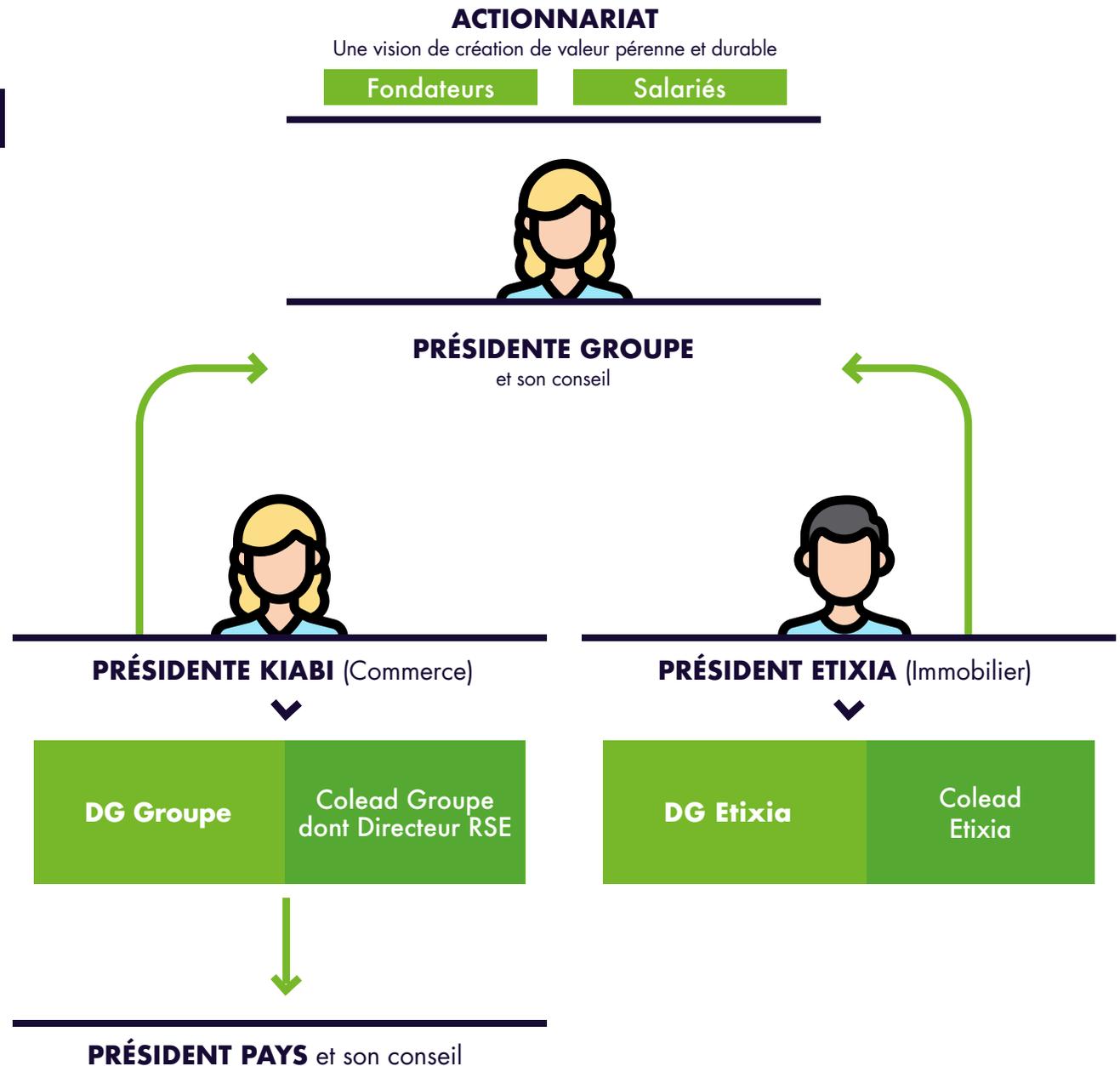
En co-construisant avec nos collaborateurs la Vision de l'entreprise, en libérant leurs initiatives et leur audace, KIABI s'applique à faire grandir les talents dans un environnement épanouissant, à partager avec eux le fruit des performances du groupe. Actionnaires de l'entreprise, les Kiabers ne sont pas une simple partie prenante mais une partie constituante, au cœur de notre modèle.

## LA STRATÉGIE DU GROUPE KIABI

En 2021 nous avons partagé notre nouvelle vision 2030, initiée en 2020 par une démarche de co-construction avec les Kiabers, nos partenaires affiliés et franchisés et nos actionnaires : plus de 100 personnes, tant en interne qu'en externe, ont contribué à écrire cette vision. Nous avons été accompagnés dans cette démarche de Vision par Kea, premier cabinet de conseil en stratégie ayant adopté le statut d'entreprise à mission. Nous avons donc réécrit notre mission, notre ambition et nos principaux axes d'actions.

**CETTE VISION MET LA RSE AU CENTRE DE LA STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE ET INFUSE DANS TOUS NOS SERVICES ET FILIALES.**

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.





# 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



## LES ENGAGEMENTS POUR 2025

### “ DEVENONS LA MARQUE PRÉFÉRÉE DES FAMILLES ”

- ZÉRO PRODUIT CHIMIQUE DANGEREUX DANS LES PROCESS DE FABRICATION ET LES PRODUITS FINIS
- TRAÇABILITÉ DES PRODUITS DU CHAMP AU PRODUIT FINI
- ACCESSIBILITÉ DE NOS SITES À 95% DES HANDICAPS (RGAA)
- 85% DE SATISFACTION DES KIABERS
- ENTRE 250 000 ET 300 000 BÉNÉFICIAIRES DES PETITS MAGASINS

### “ DÉMOCRATISONS LES PRODUITS ET SERVICES À IMPACTS POSITIFS ”

- 100% DE L'OFFRE 2025 EN MATIÈRES PLUS DURABLES
- -25% D'INTENSITÉ CARBONE (BASE 2018 SCOPE 1/2/3)
- 50% D'ÉNERGIE RENOUVELABLE DANS NOS PROPRES ACTIVITÉS
- 80% DES DÉCHETS DE NOS SITES VALORISÉS
- PART DE L'AÉRIEN NE DÉPASSANT PAS 2% DANS NOS TRANSPORTS
- ÉLIMINER 100% DES PLASTIQUES À USAGE UNIQUE DANS LES EMBALLAGES PRODUITS

### “ SOYONS COMMERÇANT LOCAL ”

- 100% DES MAGASINS COLLECTENT LES TEXTILES USAGÉS DE LEURS CLIENTS (2023)
- 2000 TONNES DE TEXTILES ET CHAUSSURES USAGÉS COLLECTÉS AUPRÈS DE NOS CLIENTS
- 1 ÉCO AMBASSADEUR PRÉSENT DANS 100% DE NOS MAGASINS ET BU
- 100 EMPLOIS D'INSERTION CRÉÉS PAR LES ACTIVITÉS DE KIABI

### “ DEVENONS DES KIABERS ENTREPRENEURS OUVERTS SUR NOTRE ÉCOSYSTÈME ”

- PLUS DE 95% DES AUDITS SOCIAUX DES USINES DITS CONFORMES OU NON CONFORMITÉS MINEURES (RANG 1 ET 2)
- 100% DES USINES DE RANG 2 AUDITÉES SUR LE VOLET ENVIRONNEMENTAL (2023)
- 100% DES FOURNISSEURS ÉVALUÉS SELON DES CRITÈRES RSE (ÉVALUATION EXTERNE)
- REJOINDRE UNE ORGANISATION NON GOUVERNEMENTALE SUR LE THÈME DU SALAIRE ÉQUITABLE
- 100% DES COLLABORATEURS / FOURNISSEURS / PARTENAIRES SIGNATAIRES DE NOTRE CODE DE CONDUITE





### UNE AVANCÉE MESURÉE

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.

Pour gagner en efficacité, nous mesurons l'impact de nos actions sur la base d'indicateurs partagés. En 2021, nous avons mis en place dans notre déclaration de performance extra-financière annuelle les indicateurs affinés définis en

2020 avec Deloitte Environnement, un cabinet de consulting indépendant. Ces indicateurs sont utilisés par les différentes instances qui pilotent notre stratégie RSE.

Ainsi, chaque trimestre, notre comité stratégique RSE, où sont représentés les grands métiers de l'entreprise - collections, achats, conformité sociale et environnementale, relations humaines, exploitation – challengent les feuilles de route des filiales au regard de ces indicateurs.

C'est aussi le cas dans les comités opérationnels mis en place par certaines filiales, comme le réseau des magasins français qui suit ainsi la portée des projets portés par des collaborateurs experts.

### LA GOUVERNANCE RSE DE KIABI

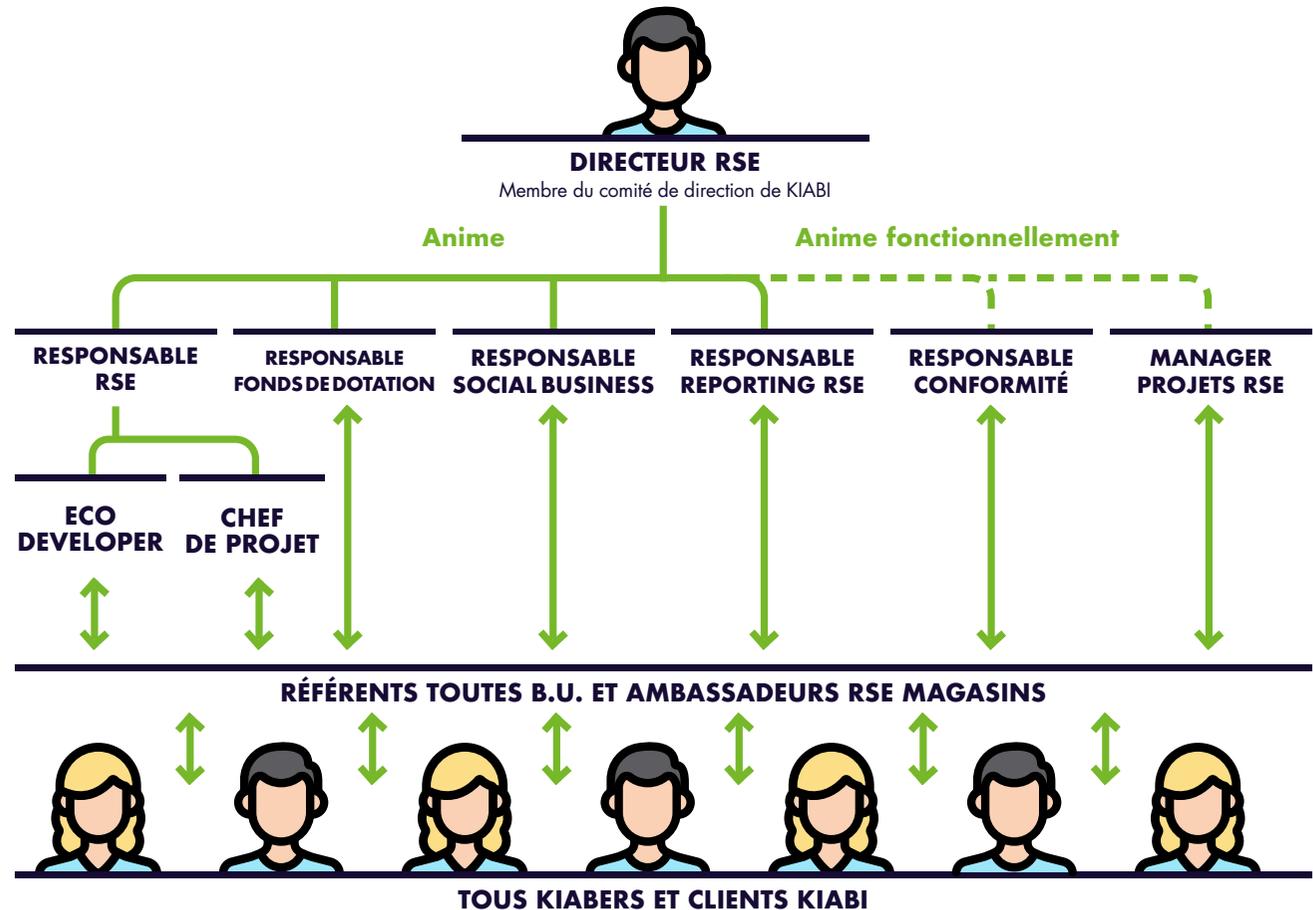
Notre politique RSE ne se décrète pas, elle se partage. Pour qu'elle se concrétise efficacement dans toute l'entreprise, des chefs de projets métiers, des référents et des ambassadeurs RSE s'impliquent dans son déploiement au sein de nos Business Units et des services supports.

Les chefs de projets apportent leur expertise sur des sujets métiers co-construits avec l'équipe RSE. C'est par exemple le cas de l'eco-developpeur sur les questions d'écoconception.

Les référents, eux, co-animent avec l'équipe RSE la mise en oeuvre de la stratégie de KIABI dans les différents services ou filiales. Missionnés sur leur temps de travail -1 journée par mois par exemple - ils partagent avec les Kiabers de leurs entités les informations relatives à la RSE et remontent les demandes. Ils contribuent aussi à l'écriture de la feuille de route RSE pour leur périmètre ainsi qu'au suivi de son déploiement à travers des indicateurs-clés adaptés à chaque métier.

Les ambassadeurs ont la mission, en magasin France par exemple, de partager les informations liées à la RSE, de remonter les questions locales et d'organiser une action RSE par magasin.

En 2021 nous avons couvert la plupart de nos grandes entités avec au moins un référent et organisé, une réunion de lancement en distanciel avec ceux-ci.



## LA CARTOGRAPHIE DES RISQUES RSE (dont risques concernés par le plan de vigilance)

ENJEU	Risques	Principaux risques extra-financiers	Vision KIABI	Engagements 2025	Indicateurs clés de performance et indicateurs de résultat	Parties concernées du rapport
<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 potentiel des ressources non renouvelables</li> <li>Réchauffement climatique (hausse des émissions de gaz à effet de serre)</li> </ul>	Axe 2 : démocratisons des produits et services à impact positif via notre offre éco-conçue : choisir des matières à plus faible impact et influencer nos fournisseurs à investir dans des process moins impactant environnementalement	<ul style="list-style-type: none"> <li>S'engager à réduire de 25 % nos émissions carbone via : <ul style="list-style-type: none"> <li>La part de l'aérien ne dépassant pas 2% de l'ensemble de nos transports produits</li> <li>100% de l'offre KIABI intégrant un point d'éco-conception</li> <li>L'élimination de 100% des plastiques à usage unique dans les emballages produits</li> <li>L'atteinte de 50% d'énergie renouvelable dans nos propres activités</li> </ul> </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>% d'usines de rang 2 aux procédés très consommateurs d'eau auditées</li> </ul>	P19 : <ul style="list-style-type: none"> <li>Une mode responsable</li> <li>Le bilan carbone et biodiversité</li> </ul> P23 à 26 : <ul style="list-style-type: none"> <li>Une mode responsable</li> <li>Le cycle de vie des produits</li> <li>La conception produit</li> </ul>
	Impacts environnementaux liés à la fin de vie des produits	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gaspiillage et pollution liés au manque de récupération et recyclage des produits</li> <li>Risque d'évolution réglementaire forte sur le recyclage</li> </ul>	Axe 2 : démocratisons des produits et services à impact positif via des gammes désaisonnalisées et une offre éco-conçue : proposer des produits plus durables et à base de matières recyclées	<ul style="list-style-type: none"> <li>2000 tonnes de textiles et chaussures usagés collectés auprès de nos clients</li> <li>100% des magasins collecteurs</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>	P30 : <ul style="list-style-type: none"> <li>Une mode responsable</li> <li>Le cycle de vie des produits</li> <li>La gestion des invendus</li> </ul> P31 : <ul style="list-style-type: none"> <li>Une mode responsable</li> <li>Le cycle de vie des produits</li> <li>La fin de vie des produits et leur recyclage</li> </ul>
<b>Environnemental/Social</b>	Atteinte à la sécurité des consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Non-conformité réglementaire (REACH...)</li> <li>Atteinte à la santé / sécurité des consommateurs (Troubles médicaux, Invalidité, Blessures)</li> </ul>	Axe 1 : devenons la marque préférée des familles en étant utile à toutes les familles : rendre disponible les informations produits à nos clients via la traçabilité et assurer l'innocuité de nos produits	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aucun produit chimique dangereux utilisé dans les process de fabrication et dans nos produits</li> <li>Traçabilité des usines, du champ jusqu'au client</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>	P32 : <ul style="list-style-type: none"> <li>Une mode responsable</li> <li>La conformité des usines et des produits</li> <li>La conformité des produits</li> </ul>
<b>Sociétal</b>	Impacts sociaux liés à la production des articles KIABI	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manque de garantie concernant la sécurité physique des collaborateurs 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>	Axe 4 : devenons des Kiabers entrepreneurs ouverts sur notre écosystème : prendre soin des collaborateurs indirects de notre chaîne de valeur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Traçabilité des usines, du champ jusqu'au client</li> <li>95 % des audits sociaux des usines dits conformes ou non conformités mineures pour les usines de rang 1 et de rang 2</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>% de conformité sociale (conforme / non conformités mineures) des usines auditées des fournisseurs de rang 1 et 2</li> </ul>	P53 à 55 : <ul style="list-style-type: none"> <li>Les Kiabers au cœur de la mode</li> <li>Nos partenaires : acteurs de notre démarche sociale</li> </ul>

## LA CARTOGRAPHIE DES RISQUES RSE (risques non concernés par le plan de vigilance)

ENJEU	Risques	Principaux risques extra-financiers	Vision KIABI	Engagements 2025	Indicateurs clés de performance et indicateurs de résultat	Parties concernées du rapport
<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>	Axe 4 : devenons des Kiabers entrepreneurs ouverts sur notre écosystème en créant un lien unique avec notre écosystème : prendre soin des collaborateurs	85% de Kiabers satisfaits de travailler chez KIABI	<ul style="list-style-type: none"> <li>Turnover</li> <li>% de satisfaction des Kiabers (Great Place to Work)</li> </ul>	P51 : <ul style="list-style-type: none"> <li>Les Kiabers au cœur de la mode</li> <li>Un dialogue social fluide : clé d'un climat social serein</li> </ul>
	Impact sur la santé – sécurité des collaborateurs	Dégradation de la santé / sécurité des collaborateurs pouvant amener : <ul style="list-style-type: none"> <li>des troubles musculosquelettiques liés aux activités en logistique et en magasin générant des arrêts de travail répétitifs, des invalidités partielles (et au final une diminution de ressources)</li> <li>des troubles psychologiques suite à des agressions notamment en magasin</li> <li>des accidents du travail</li> <li>une fragilité psychique des populations impactées par les changements d'organisation</li> <li>des maladies ou anxiété en cas d'épidémie</li> </ul>	Axe 4 : devenons des Kiabers entrepreneurs ouverts sur notre écosystème en créant un lien unique avec notre écosystème : prendre soin des collaborateurs		<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>	P52 : <ul style="list-style-type: none"> <li>Les Kiabers au cœur de la mode</li> <li>Préserver la santé et la sécurité des Kiabers : une priorité</li> </ul>
	Impact de la gestion des compétences sur 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>	Axe 4 : devenons des Kiabers entrepreneurs ouverts sur notre écosystème en créant un lien unique avec notre écosystème / en adoptant une posture d'ouverture vers notre écosystème / en accompagnant nos Kiabers vers une posture d'entrepreneur local : prendre soin des collaborateurs, proposer des parcours de formation et des métiers adaptés aux besoins évolutifs de l'entreprise		<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> <li>% de Kiabers à capacité différente</li> </ul>	P49 à 50 : <ul style="list-style-type: none"> <li>Les Kiabers au cœur de la mode</li> <li>Manager les talents pour préparer l'avenir</li> </ul>

# LES PARTIES PRENANTES ET PARTENARIATS

Les “parties prenantes” sont des personnes, privées ou publiques, physiques ou morales, ayant un lien avec le Groupe KIABI. Nous développerons nos interactions avec elles dans chaque partie décrivant nos plans d’action.

**CLIENTS**  
**FOURNISSEURS**  
**KIABERS**  
**FRANCHISÉS**  
**ASSOCIATIONS**  
**PRESTATAIRES DE SERVICES**  
**AFFILIÉS**

## 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.

### 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.

## 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 Unies, vise à protéger les revenus, la santé et l'emploi des ouvriers du secteur pendant cette période. Cette action globale invite aussi à avancer vers un système de protection sociale pérenne pour une industrie de la mode plus juste et résiliente ce qui est aligné avec notre Vision chez KIABI.

## 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.

## 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, Croix rouge insertion, etc.



Nous avons rejoint l'initiative Entreprise Engagée pour la Nature en juin 2020.

## 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.

## ETHIQUE ET CORRUPTION

**L'Éthique des affaires (ou éthique en entreprise) est une démarche commune, fondée sur des valeurs partagées, entre l'ensemble des Kiabers et des Parties prenantes du Groupe KIABI qui s'exprime par des comportements et des actes qui font appel chez chacun d'entre nous, au bon sens, au discernement, à l'exemplarité et à la responsabilité.**

Il nous appartient individuellement et collectivement de la respecter et de la promouvoir. Notre éthique, rappelée dans nos codes de conduite tels que le code de conduite anti-corruption, le code de conduite fournisseurs, nos règlements internes, nos engagements en termes de responsabilités sociétales et environnementales s'appuie sur des axes clés :

- Garantir l'Éthique et la conformité aux lois et règlements
- Développer une mode durable
- S'engager pour l'Homme

Un comité éthique et compliance veille à l'effectivité et l'efficacité des dispositifs de conformité sur les domaines tels que :

- La prévention de la corruption et les bonnes pratiques en affaires
- La protection des données à caractère personnel
- Le respect des droits de l'Homme et de l'environnement.

Les collaborateurs et les parties prenantes peuvent d'ailleurs lancer une alerte partout dans le monde via ce canal : <https://report.whistleb.com/fr/kiabi>

# POUR UNE MODE PLUS RESPONSABLE

## LE BILAN CARBONE ET BIODIVERSITÉ

### LE CYCLE DE VIE DES PRODUITS

- La conception produits
- Le transport des produits
- La gestion des invendus
- La fin de vie des produits et leur recyclage

### LA CONFORMITÉ DES USINES ET DES PRODUITS

- La conformité environnementale des usines
- La conformité des produits

### VERS UNE CONSOMMATION PLUS RESPONSABLE

- Des consignes d'entretien optimisées
- Les corners et un site web dédié à la 2<sup>nd</sup>e main
- La location de vêtements de maternité
- Un arbre planté pour chaque livret bébé ouvert



“ Conscients de l’impact environnemental de l’industrie textile et de sa distribution, nous mettons en place de nombreuses actions pour essayer d’en limiter au maximum la portée. En effet, nous avons mesuré que le produit, au cours de l’ensemble de son cycle de vie allant de la conception, à sa fin de vie en passant par sa fabrication, son transport et son utilisation par le client, provoque des pollutions et consomme beaucoup d’énergie. Dans cet objectif, nous développons l’utilisation de matières premières plus durables, faisons le choix de modes de transports alternatifs et de solutions de réemploi de nos vêtements en fin de vie, sans oublier la sensibilisation de nos clients à une consommation plus responsable. ”

**Julie Silvert**  
Directrice Collection



## INDICATEURS 2021



**63%** DE MATIÈRES PLUS DURABLES DANS NOS COLLECTIONS ETÉ 21 ET HIVER 21



**34%** DE NOS INVENDUS DONNÉS À DES ASSOCIATIONS



**39** CORNERS SECONDE MAIN



**180** TONNES TEXTILES ET CHAUSSURES COLLECTÉS POUR ÊTRE VALORISÉS

## L'ESSENTIEL 2021

- **ACCÉLÉRATION DE L'ÉCOCONCEPTION** de nos produits via notamment l'utilisation de matières plus durables, et plus spécifiquement du coton bio
- **DÉVELOPPEMENT DE LA SECONDE MAIN** avec des corners déployés dans nos magasins en France, Espagne, Italie et Belgique et via un site internet dédié
- **AUGMENTATION DE LA PART DE DONS DE VÊTEMENTS** sur base de nos invendus
- **ENGAGEMENT AUPRÈS DE L'ADEME** via l'initiative FRET 21 qui vise à diminuer les émissions carbone de nos transports de marchandises



## LES PARTIES PRENANTES CONCERNÉES

- Fournisseurs : avec qui nous travaillons l'écoconception de nos produits
- Clients : que nous accompagnons vers une consommation plus responsable
- Partenaires : cabinet I Care pour nos bilans biodiversité et carbone, Le Relais pour le réemploi de nos vêtements et chaussures collectés
- Organisations : Ademe (via le projet Fret 21), qui nous accompagne dans le pilotage de nos émissions de gaz à effet de serre liées au transport produits
- Associations : bénéficiaires de nos dons de vêtements

# LE BILAN CARBONE ET BIODIVERSITÉ

## BILAN CARBONE : LE PRODUIT, CONTRIBUTEUR MAJEUR DE NOTRE BILAN CARBONE

En 2019, nous avons réalisé un bilan carbone scope 3, couvrant l'ensemble de notre activité au niveau mondial. Ce bilan, effectué avec le cabinet conseil I Care and Consult, nous a permis de prendre clairement conscience de nos volumes d'émissions de CO2 et de comprendre leurs répartitions dans notre activité.

Cela a permis d'évaluer le volume total de nos émissions de CO2 à 2,8 millions de tonnes sur l'année 2018, et plus précisément de mesurer l'impact très important que représentent nos produits sur ces émissions, et ce, tout au long de leur cycle de vie :

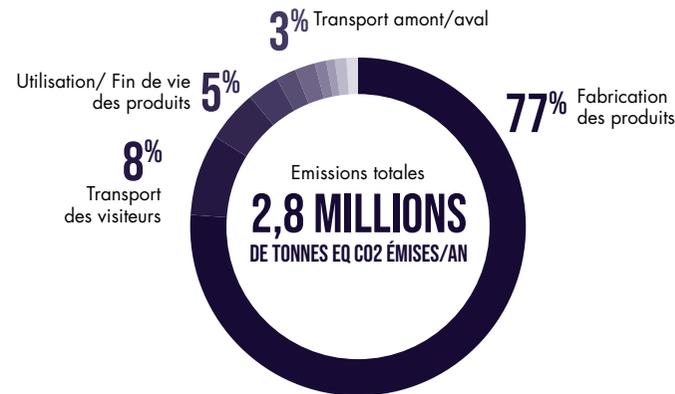
- La production de matières premières et la fabrication chez nos fournisseurs : 2,1 millions de tonnes équivalent CO2, soit 77% de nos émissions totales.
- L'usage du produit par le consommateur et sa fin de vie : 5% de nos émissions estimées.

Ce bilan met également en avant la faible part des transports de nos produits dans nos émissions de gaz à effet de serre : seulement 3% de nos impacts. Nous travaillons néanmoins à améliorer ce périmètre car de grands écarts existent entre les différents modes de transports qui s'offrent à nous.

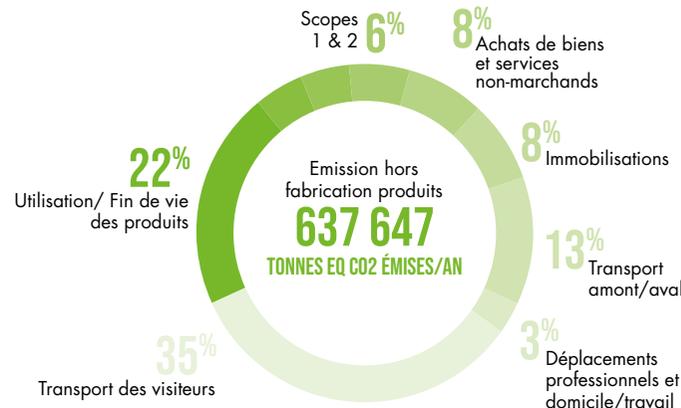
Enfin, nous avons mesuré l'impact du transport de nos clients vers nos magasins sur notre bilan carbone.

Source Bilan carbone scope 3 exercice 2018, I Care and consult (méthode Ademe)

77% DES IMPACTS LIÉS AUX MATIÈRES PREMIÈRES ET À LA FABRICATION DES PRODUITS



ZOOM SUR LES ÉMISSIONS HORS FABRICATION DES PRODUITS



FOCUS RAPPEL DE NOTRE STRATEGIE RSE :

Notre stratégie RSE tient compte de ces éléments et pose les grands objectifs suivants :

	OBJECTIFS
Le recours à des fibres textiles plus durables pour nos produits	<b>100%</b> EN 2025
La mise en place de process plus économes en vapeur et en énergie	<b>100%</b> D'ÉCO WASH POUR NOS DENIMS EN 2023
La réduction de la part de notre trafic aérien	<b>2%</b> MAXIMUM EN 2025
La baisse de notre consommation énergétique sur nos sites Européens	<b>-3%</b> PAR AN D'ICI 2025

Extraits de la stratégie RSE de KIABI, ANNEE 2020



### POUR ALLER PLUS LOIN, UN BILAN BIODIVERSITÉ MONDIAL

En 2020 – 2021, nous avons souhaité aller plus loin et avons complété notre bilan carbone avec un bilan biodiversité monde, basé sur l'activité 2019, également réalisé avec le cabinet I Care and Consult.

Cela nous a permis d'identifier les principaux risques que notre activité fait peser sur la biodiversité, et d'actualiser certains de nos plans d'actions RSE en conséquence. Certaines actions sont encore en cours de définition.

	1 PRODUCTION DES MATIÈRES PREMIÈRES	2 PROCÉDÉS DE TRANSFORMATION	3 DISTRIBUTION	4 UTILISATION	5 FIN DE VIE
DÉGRADATION DES HABITATS	Changement d'usage des sols pour la culture du coton et l'extraction du pétrole. Consommation d'eau pour le coton.	Consommation d'eau pour la teinture et la filature.	Maintien de l'artificialisation liée aux magasins et artificialisation (Etixia).	Consommation d'eau pour le lavage.	Occupation des sols par les déchets.
CHANGEMENT CLIMATIQUE	Utilisation d'énergie pour la production de fibres.	Emissions de GES des sites de transformation.	Déplacement des visiteurs et clients. Emissions de GES liées aux transports des produits finis.	Emissions de GES liées au lavage et séchage des vêtements.	Emissions de GES liées à l'incinération.
POLLUTIONS	Utilisation d'engrais et de pesticides pour la production de coton.	Pollution des eaux liée aux procédés de teinture et finition.	Emissions de NOx et de particules fines associées aux transports.	Pollutions liées aux rejets de microplastiques et d'autres polluants liés aux procédés de transformation lors du lavage.	Fuites de lixiviat «jus de décharge».
SUREXPLOITATION DES RESSOURCES BIOLOGIQUES	Récolte non durable de pulpe de bois				
ESPÈCES INVASIVES	Transport d'espèces exotiques envahissantes (fort transport fluvial).	Transport d'espèces exotiques envahissantes (fort transport fluvial).	Transport d'espèces exotiques envahissantes (fort transport fluvial).		

NIVEAU RELATIF D'IMPACT



Elevé



Moyen



Faible



Très faible



Non mesurable

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.



### PRESSION 1 : DÉGRADATION DES HABITATS

La production des matières premières, en particulier le coton, occupe de larges territoires agricoles et donc impacte la biodiversité localement.

Notre bilan biodiversité a été l'occasion de mesurer que l'impact de 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.



### 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 impactent cet indicateur.



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

La production du coton dans le champ pollue également sol et eau par l'usage intensif d'engrais et de pesticides. Les transformations successives en fil, en étoffe et enfin la teinture sont 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.

## DES ACTIONS CONCRÈTES POUR RÉDUIRE NOTRE IMPACT SUR LA BIODIVERSITÉ

Fort de ces constats, nous avons écrit des plans d'actions que nous actualisons selon l'importance des pressions que notre activité industrielle fait peser sur la biodiversité.

### PLANS D' ACTIONS ET OBJECTIFS

PRESSION	PLAN D'ACTION	ÉCHÉANCE
Dégradation des habitats	Remplacer nos matières premières textiles par des fibres plus durables (biologiques, recyclées, plus innovantes) Proposer toutes nos étoffes standards en version durable et chiffrer leur impact pour aider à la prise de décision	2025
	Développer des boucles de recyclage textile (ouvertes ou fermées) et utiliser des fils issus de nos produits en fin de vie	2025
	Réduire le nombre d'accessoires sur nos produits, les substituer par des accessoires plus durables	2023
	Réduire les pertes en coupe et en production en revoyant les méthodes de coupe, de confection	2023 à 2030
	Allonger la durée de vie de nos produits par nos matières premières, notre confection	2025 à 2030
Changement climatique et Pollutions	Favoriser des procédés de fabrication (teinture, impression, délavage) économes en énergie, eau et produits chimiques	2025 à 2030
	Identifier les filières de recyclage de l'eau des usines consommatrices d'eau (teinture, impression, délavage)	2023
	Inciter nos fournisseurs à suivre une certification Iso 14001 de management environnemental de leurs usines	2023
	Développer des supports de sensibilisation de nos clients : fiches conseils malins d'entretien	2022
	Revoir nos emballages de livraison web	2025

## POUR ALLER PLUS LOIN : DES FORMATIONS ET DES GROUPES DE TRAVAIL

La sensibilisation et la formation de nos équipes sur le sujet de la production responsable est un point central de notre stratégie RSE, intégré dans nos e-learning sur la stratégie RSE (e-learning 2021) et les matières plus durables (e-learning disponible en 2022).

Nous avons aussi proposé aux collaborateurs français et portugais un webinar en mars 2021 pour leur exposer nos principales pressions environnementales et notre démarche de reforestation.

Dans le but de faire progresser l'ensemble de la filière textile, nous participons à des groupes de travail multi-entreprises pour :

- Réduire, réutiliser, réparer, recycler les textiles avec Refashion\*, depuis 2019
- Mesurer notre trajectoire carbone (via la méthode ACT) avec l'ADEME\*, depuis 2020
- Mettre en place l'affichage environnemental sur nos produits textiles avec l'ADEME\* et l'UE, depuis 2020
- Améliorer la traçabilité de nos produits avec le Comité Filière Mode et Luxe\*/ Ministère de l'industrie, depuis 2021
- Améliorer la collecte et le recyclage de la filière textile en France avec l'école d'ingénieur Estia et le Cetia, depuis 2021

Notre bilan montre, certes, une baisse de notre impact carbone scope 3 (matières premières, transformation produits, transports, consommation énergétique de nos sites) mais aussi la nécessité de continuer nos actions d'amélioration continue.

En effet, nos résultats sont insuffisants pour nous conformer aux objectifs des accords de Paris (limiter le réchauffement climatique à +2°C maximum à l'horizon 2050).

C'est pourquoi, nous continuons de challenger nos stratégies matières, procédés de fabrication et emballages pour aller encore plus loin dans la réduction de notre impact CO2.



# LE CYCLE DE VIE DES PRODUITS

## LA CONCEPTION PRODUIT

KEZAKO ?

### L'ÉCO CONCEPTION, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Chez KIABI, notre métier est d'imaginer, prototyper et développer des vêtements tendance et accessibles à tous. La conception de nos produits se doit d'être la plus durable possible en limitant au maximum notre impact sur notre planète.

Un produit est considéré comme éco-conçu si au moins une action majeure est mise en place pour limiter son empreinte environnementale, quelle que soit l'étape de son cycle de vie. Ces actions peuvent relever à la fois de l'utilisation de matières plus durables, comme de procédés de transformation plus responsables.



### DES MATIÈRES PREMIÈRES PLUS DURABLES

Une meilleure sélection des matières premières est le principal levier que nous avons actionné dès 2018 pour limiter notre impact environnemental. Ainsi, en 2021, nous avons intégré dans nos collections davantage de matières premières produites de façon plus durable.

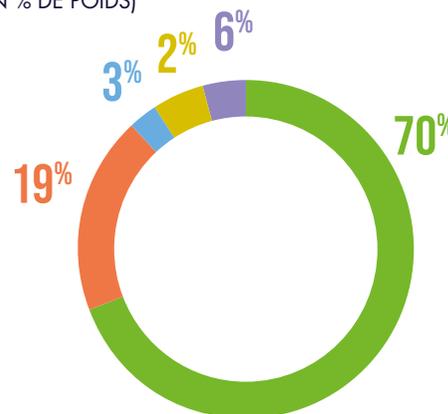
Le coton et le polyester constituent la grande majorité des matières premières utilisées dans nos collections, suivis de la viscose et du polyamide. Notre ambition est de continuer à garder ces équilibres de matières - reconnues pour leur douceur, leur résistance et leur praticité - dans nos collections, mais en optant graduellement pour leurs alternatives plus durables (coton bio, coton recyclé, polyester recyclé, viscose Ecovero™ etc.), jusqu'à atteindre notre objectif de 100% de matières textiles plus durables à horizon 2025.

Les alternatives 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 de faune et flore.

MATIÈRE TEXTILE	QUALITÉS PRODUIT	ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX	SOLUTIONS PLUS DURABLES À COURT TERME	SOLUTIONS PLUS DURABLES À LONG TERME
Coton	<ul style="list-style-type: none"> <li>Doux</li> <li>Absorbant</li> <li>Dure dans le temps</li> <li>Respirant</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consommation d'eau en très grande quantité</li> <li>Utilisation de produits chimiques, pesticides, OGM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Coton BCI</b> : coton raisonné limitant l'utilisation d'eau et de pesticides</li> <li><b>Coton biologique</b> : cultivé sans pesticide, avec des engrais naturels et un apport en eau plus raisonné</li> <li><b>Coton en transition</b> : mêmes techniques que le coton biologique, mais pas encore certifié biologique</li> <li><b>Coton recyclé</b> : utilisation de chutes de production ou de produits en fin de vie en coton pour recréer du fil intégrant 20% de coton recyclé 80% de coton vierge, disponible pour de nouveaux vêtements</li> <li>Autres matières naturelles : lin et chanvre, matières plus économes en eau et en produits chimiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Autres partenariats sur le coton : coton OCA, coton Fair Trade, coton Max Havelaar</li> <li>Augmenter la part de coton recyclé dans nos produits</li> <li>Coton hors sol : étude sur la possibilité de faire pousser du coton en laboratoire avec une faible consommation d'eau, sans pesticides, sans produits chimiques, n'impactant pas les sols</li> </ul>
Polyester Polyamide	<ul style="list-style-type: none"> <li>Résistant</li> <li>Léger, facile d'entretien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consommation d'énergie fossile non renouvelable</li> <li>Utilisation de substances chimiques toxiques</li> <li>Diffusion de microparticules de plastique lors du lavage ménager</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Matières synthétiques recyclées pouvant aller jusque 100% de la composition du produit : utilisation de chutes de production, de produits en fin de vie en matières synthétiques ou de déchets de bouteilles plastiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Matières innovantes cellulosiques comme le Pinatex, la caséine de lait, la viscose de coton recyclé</li> </ul>
Viscose	<ul style="list-style-type: none"> <li>Respirant</li> <li>Absorbant</li> <li>Doux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilisation de nombreux produits chimiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Matière viscose plus durables : Lyocell / Tencel™ / Eco Vero™ : solvants non toxiques dans la phase de transformation et recyclées à hauteur de 97%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Viscoses durables recyclées et recyclables</li> </ul>

### PART DES MATIÈRES PRINCIPALES DE NOS ARTICLES TEXTILES

ACHETÉES SUR LES COLLECTIONS ÉTÉ ET HIVER 2021 (EN % DE POIDS)



■ Coton ■ Polyester ■ Viscose ■ Polyamide ■ Autres

En 2020 : Coton (67%), Polyester (19%), Polyamide (2%), Autres (12%)

### SITUATION

EN 2021

OBJECTIF 2025

63,5%

DE FIBRES PLUS DURABLES DANS NOS VÊTEMENTS

100%

DE FIBRES PLUS DURABLES DANS NOS TEXTILES

\*Tous nos indicateurs éco-conception excluent les produits de marque non KIABI, ainsi que les accessoires et les chaussures.

## QUEL EST LE RÔLE DE L'ÉQUIPE MATIÈRE ?

« Le rôle de mon équipe est triple : garantir la qualité des matières utilisées dans nos produits, effectuer une veille permanente sur les innovations et enfin, sécuriser l'approvisionnement des matières premières, notamment du coton bio. Nous sommes donc des acteurs essentiels de l'éco-conception chez KIABI.

Conscients de l'impact environnemental de nos produits, et particulièrement des matières premières, nous avons travaillé depuis 2018 en étroite collaboration avec les équipes internes et les fournisseurs sur le choix des matières premières plus durables. Résultat : davantage de matières responsables à des prix attractifs pour nos clients.

Notre équipe matière propose aux chefs de produits et stylistes une bibliothèque de "matières nominées" à privilégier dans nos collections. Pour chaque matière conventionnelle de cette bibliothèque, nous développons, testons et négocions, au minimum une solution de matière plus durable. Auditée de manière rigoureuse par nos équipes sur le terrain dans le monde entier, tant sur le volet environnemental que social, les usines de tissage et de tricotage – fournisseurs de nos



Virginie Cayzele  
Responsable matières

confectionneurs - fabriquent ces matières standards, désormais présentes dans 30% de notre offre textile.

En 2021, nous avons intensifié notre démarche de sensibilisation des équipes impliquées dans la conception produit via nos actions quotidiennes et la création d'une formation dédiée aux matières durables. Cette formation sera accessible en 2022 à l'ensemble des collaborateurs KIABI, y compris en magasin.

Nous poursuivons sur cette lancée en 2022 avec deux nouveaux objectifs : sécuriser nos approvisionnements et limiter l'impact de la crise mondiale du coton biologique. L'augmentation du prix des matières premières, le contexte international, nous obligent en effet à nous adapter.



## FOCUS TRACABILITE : D'OÙ PROVIENNENT LES FIBRES DE NOS VÊTEMENTS ?

Jusqu'à présent, les réglementations européennes n'imposent pas d'indiquer l'origine des fibres textiles sur les étiquettes des vêtements. Nous avons seulement l'obligation d'indiquer la composition en fibres de chaque produit, ainsi que le "made in", qui désigne uniquement la dernière étape de confection du produit. Ces deux éléments ne donnent cependant aucune information sur la provenance des matériaux ou sur les différentes étapes de production du vêtement.

Si nous prenons l'exemple du coton, représentant 70% de l'offre KIABI en 2021, 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 entre elles en production.



## ORGANIC COTTON ACCELERATOR

Pour KIABI cela représente :

- Plus de 3000 fermes dédiées en Inde et donc une traçabilité du coton en provenance de ces agriculteurs
- 500 Tonnes de coton en conversion pour nos collections 2023
- L'assurance d'un salaire de 10% supérieur au marché pour les fermiers impliqués

KEZAKO ?

LE SAVIEZ-VOUS ?

## LA TRACABILITÉ

La traçabilité d'un produit désigne l'ensemble des informations permettant de connaître sa composition 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.





## FOCUS MATIÈRE : LE COTON DURABLE DANS NOS COLLECTIONS

En 2021, le coton biologique a fait une progression remarquable dans nos collections, notamment pour les articles bébé, enfant et les sous-vêtements, pour atteindre 51% du poids des matières textiles utilisées. Cependant, ces deux dernières années, la demande de coton bio a explosé, entraînant une augmentation du prix de la fibre d'environ 85% entre 2021 et 2020. La part du coton biologique dans les collections 2021 n'est, en conséquence, pas représentative des saisons qui vont suivre. Ainsi, à partir de 2022, le coton en conversion sera introduit dans nos produits permettant une stratégie de diversification et encourageant la culture du coton bio.

## LE COTON EN CONVERSION

Les fibres de coton en conversion sont cultivées selon des procédés amenant progressivement à l'agriculture biologique. Les agriculteurs en conversion agissent pour des sols naturellement sains, sans substances chimiques toxiques, ni OGM.



## DAVANTAGE DE MATIÈRES RECYCLÉES

Intégrer des matières recyclées dans nos collections représente une option intéressante pour réduire notre impact sur l'environnement. En effet, valoriser des matières existantes permet de limiter le gaspillage des ressources naturelles, l'usage de produits chimiques et de diminuer notre dépendance au pétrole. Ainsi, nous faisons entrer les matières recyclées comme le polyester, le polyamide et les autres matières synthétiques dans nos collections. Ces fibres valorisées à partir de chutes de production textile, de vêtements usagés ou de bouteilles en plastiques peuvent entrer dans la composition de nos vêtements à hauteur de 20% pour le coton et jusqu'à 100% pour certains produits synthétiques.

## SITUATION EN 2021

5%

DE NOTRE GAMME EST COMPOSÉE DE MATIÈRES RECYCLÉES

(contre 1% en 2020)

## FOCUS PROJET : LE DENIM KIABI EN COTON RECYCLÉ : DES DENIMS PLUS RESPONSABLES

En 2021, nous avons grandement augmenté notre production de denims conçus à partir de coton recyclé. En effet, les propriétés des matières denim permettent l'utilisation de coton recyclé plus facilement que sur d'autres catégories de produits comme le T-shirt par exemple. Dès 2022, une partie des denims seront circulaires c'est-à-dire utilisant de la matière recyclée issue de denims de nos clients et seront recyclables.

## SITUATION EN 2021

15%

DES DENIMS UTILISENT DU COTON RECYCLÉ (20% COTON RECYCLÉ, 80% COTON BCI)

(contre 1% en 2020)

## LE COTON RECYCLÉ



Pour garantir la qualité 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.

LE SAVIEZ-VOUS ?

## FOCUS CIRCULARITÉ : COMMENT FAVORISER LE RECYCLAGE DES TEXTILES MULTI-COMPOSITION ?

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.

## SITUATION EN 2021

50,6%

DE NOS PRODUITS SONT MONO-COMPOSITION ET DONC PLUS FACILEMENT RECYCLABLES

## DES PROCÉDÉS DE FABRICATION ÉCO FRIENDLY

Au-delà de l'utilisation de matières premières plus durables dans nos collections, nous agissons également sur les procédés de fabrication de nos vêtements pour rendre notre conception plus écologique et économique en énergie, eau et produits chimiques.

Ainsi, en 2021, l'accent a été mis sur le développement de trois projets permettant de limiter l'impact de notre production textile sur la planète :

- 2 projets autour de la réduction et du réemploi des chutes textiles
- 1 projet permettant de limiter la consommation d'eau dans nos délavages.

LE SAVIEZ-VOUS ?

### LES CHUTES DE TEXTILES

En moyenne sur le marché textile, 15% du tissu nécessaire à la fabrication d'un produit est jeté avant même que le vêtement ne soit cousu, transporté et vendu. À l'échelle d'une production de 100 000 pièces, c'est l'équivalent de 98000 m<sup>2</sup> jeté, soit la surface de 78 piscines olympiques. La bonne nouvelle, c'est que l'on peut réduire ces déchets à 0 en réinventant la manière de les concevoir.



### FOCUS PROJET : ZERO WASTE : DES VÊTEMENTS CONÇUS SANS CHUTE TEXTILE

En 2021, KIABI a créé et commercialisé son premier vêtement Zéro déchet : un coupe-vent né d'une collaboration entre notre équipe de stylistes et modélistes et Mylène L'Orguilloux, experte du "Zero Waste" fondatrice du collectif ZWDO (Zero waste design online). Fortes de cette première expérience, nos équipes ont poursuivi le développement de notre offre «Ø déchet» avec le lancement d'une petite robe noire iconique pensée pour toute la famille, du bébé jusqu'au 3XL. Ce nouveau modèle, basé sur l'utilisation d'un patronage qui n'engendre aucune chute de tissu, est fabriqué à base de crêpe polyester recyclé. Cette robe est disponible

en édition limitée depuis début 2022. Dans la suite de ces premières expérimentations, d'autres produits "low waste" seront développés au cours de l'année 2022 avec l'objectif de réduire de moitié les chutes de tissus sur nos produits bastions.



### FOCUS PROJET : L'UTILISATION DES CHUTES DE PRODUCTION

Ce projet mobilise au Bangladesh des enseignes textiles, des confectionneurs et des recycleurs pour créer ensemble :

- Un modèle économique circulaire de déchets de mode, en captant et en réinjectant les déchets textiles dans la production de nouveaux produits de mode.
- Un marché boursier de la mode circulaire permettant de trouver des solutions à l'accumulation de stocks excessifs.

### FOCUS PROJET : LE PROCÉDÉ ECO WASH, DES DÉLAVAGES MOINS CONSOMMATEURS DE RESSOURCES

#### SITUATION

EN 2021

80%

DES DENIMS ONT FAIT L'OBJET D'UN ECO WASH OU DÉLAVAGE MOINS IMPACTANT POUR L'ENVIRONNEMENT  
(contre 42% en 2020)

OBJECTIF 2025

100%

100% DES PRODUITS NÉCESSITANT UN LAVAGE / DÉLAVAGE TRAITÉS VIA LE PROCESS ECO-WASH.

7,2%

DE PRODUITS AYANT UN PROCÉDÉ DE TRANSFORMATION À PLUS FAIBLE IMPACT ACHETÉS (EN PIÈCES)  
(2,88% en 2020)

Le projet eco-wash a démarré sur les produits denim en 2021. Le principe ? Définir une liste stricte de critères auxquels nos délavages doivent répondre et l'appliquer à tous nos denims :

- 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)

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.

# LE TRANSPORT DES PRODUITS

## OPTIMISER LE TRANSPORT DES PRODUITS

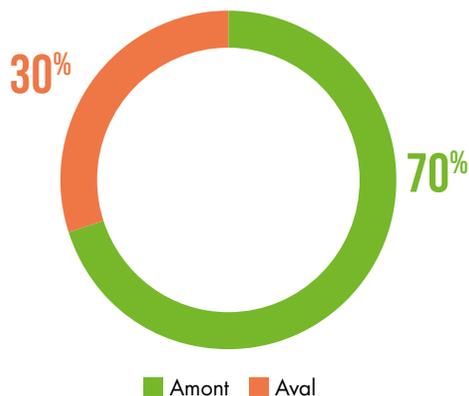
Nos approvisionnements sont majoritairement réalisés en grand import depuis l'Asie. De plus, les volumes approvisionnés augmentent chaque année (297 millions de pièces acheminées jusqu'à nos entrepôts en 2021 vs 280 millions en 2020). Nous avons donc conscience de l'impact du transport de nos produits, amont comme aval, sur nos émissions de CO<sup>2</sup>.

Ainsi, en 2021, nous avons rejoint la démarche FRET21 de l'ADEME dans le but de :

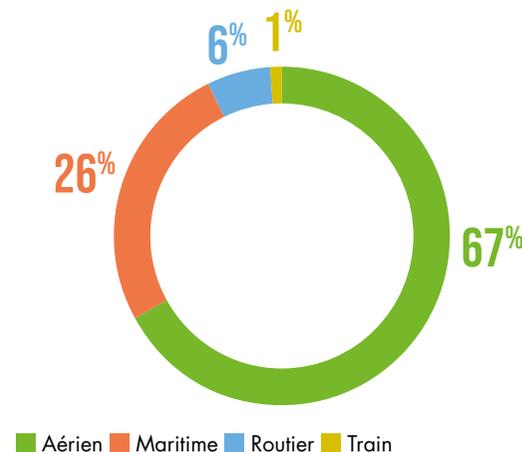
- Réduire nos émissions carbone liées au transport de nos produits d'au minimum 5% sur 3 ans, soit 3 353 tonnes de CO<sup>2</sup>
- Permettre la mise en place d'un écosystème
  - avec les partenaires transport, engagés ou non et embarquer ceux qui ne le sont pas
  - avec d'autres acteurs et entreprises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

Nos émissions de gaz à effet de serre liées au transport de marchandises sont estimées sur base des données Ademe à 67 090 T (hors franchise internationale et web domicile pour la partie transport aval) avec la répartition ci-contre :

RÉPARTITION DE L'ESTIMATION DES ÉMISSIONS GES AMONT / AVAL

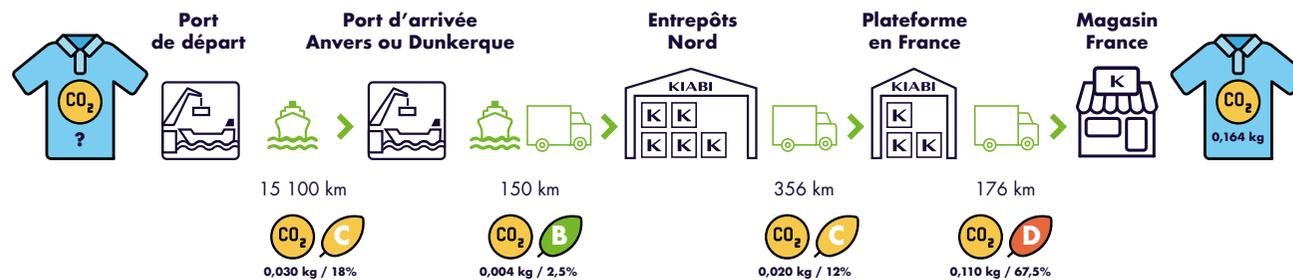


PART DES ESTIMATIONS D'ÉMISSIONS DE GES PAR TYPE DE TRANSPORT EN AMONT

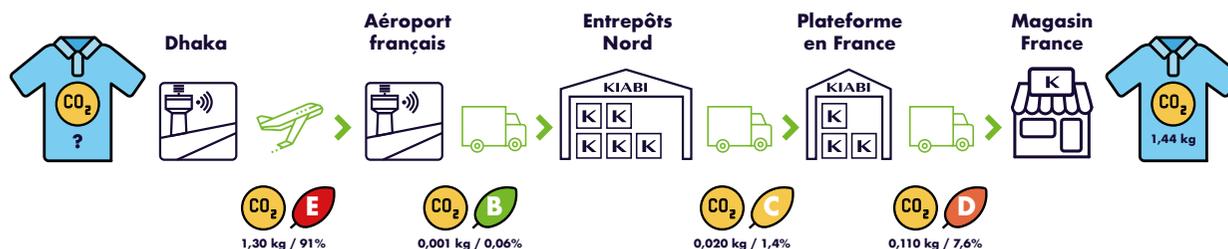


## ÉMISSIONS DE CO<sub>2</sub> GÉNÉRÉES POUR LE TRANSPORT D'UN T SHIRT, SELON LE TYPE DE TRANSPORT UTILISÉ

Cas du transport amont maritime



Cas du transport amont aérien



LE SAVIEZ-VOUS ?

### LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE SELON LE TYPE DE TRANSPORT

Voici quelques notions d'impact sur les émissions de gaz à effet de serre par type de transport :

- Les frets maritime, fluvial et ferroviaire sont les moins impactant en CO<sub>2</sub> par tonne/km
- L'aérien est 5 fois plus impactant en CO<sub>2</sub> que le fret routier et coûte également beaucoup plus cher.



## LE TRANSPORT AMONT

Notre mode de transport amont majoritaire est le frêt. Mais nous utilisons également d'autres moyens de transport comme l'avion et le train Chine-Europe.

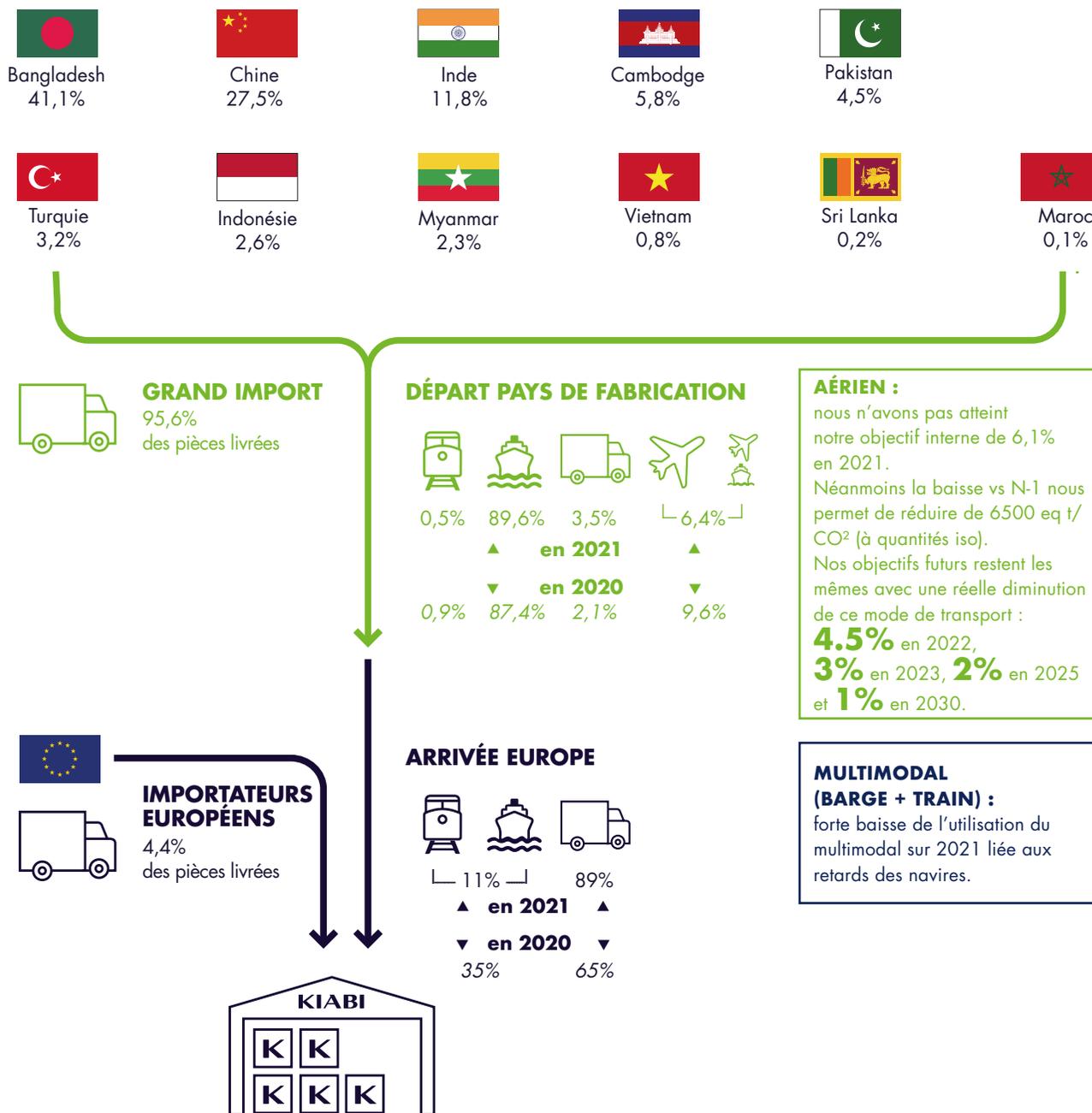
Pour le transport entre les ports européens et nos entrepôts nous optons pour un transport routier et multimodal quand nous le pouvons (barge + train).

Les produits en provenance d'Europe, de Turquie ou du Maghreb sont quant à eux acheminés en camion.

Nous avons pour objectif de réduire les modes de transport les plus consommateurs d'énergies et les moins propres au profit d'autres plus responsables. Cependant, sur 2021, la crise sanitaire (provoquant des retards fournisseurs) ajoutée à la crise mondiale du transport maritime ne nous ont pas permis d'atteindre les objectifs fixés en interne.

Au niveau des fournisseurs, la situation a été plus favorable en 2021 qu'en 2020. Néanmoins, les retards de production ont touché 38% des commandes du fait des confinements dans nos pays d'approvisionnement.

Suite à l'arrêt de l'économie mondiale au 1er semestre 2020, le transport international a été complètement désorganisé. Cette désorganisation s'est accentuée en 2021 avec la reprise économique : les conteneurs n'étant pas disponibles à l'endroit où le besoin était le plus présent. Les volumes à transporter augmentaient mais les infrastructures évoluaient peu (nombre de containers, équipements portuaires ...). Ceci générait des engorgements des ports à l'origine en Asie comme à destination en Europe. Cela s'est donc traduit par une augmentation de la durée de transit global. Pour être livrés à temps, nous avons donc dû avoir recours, pour certaines commandes, au transport aérien.

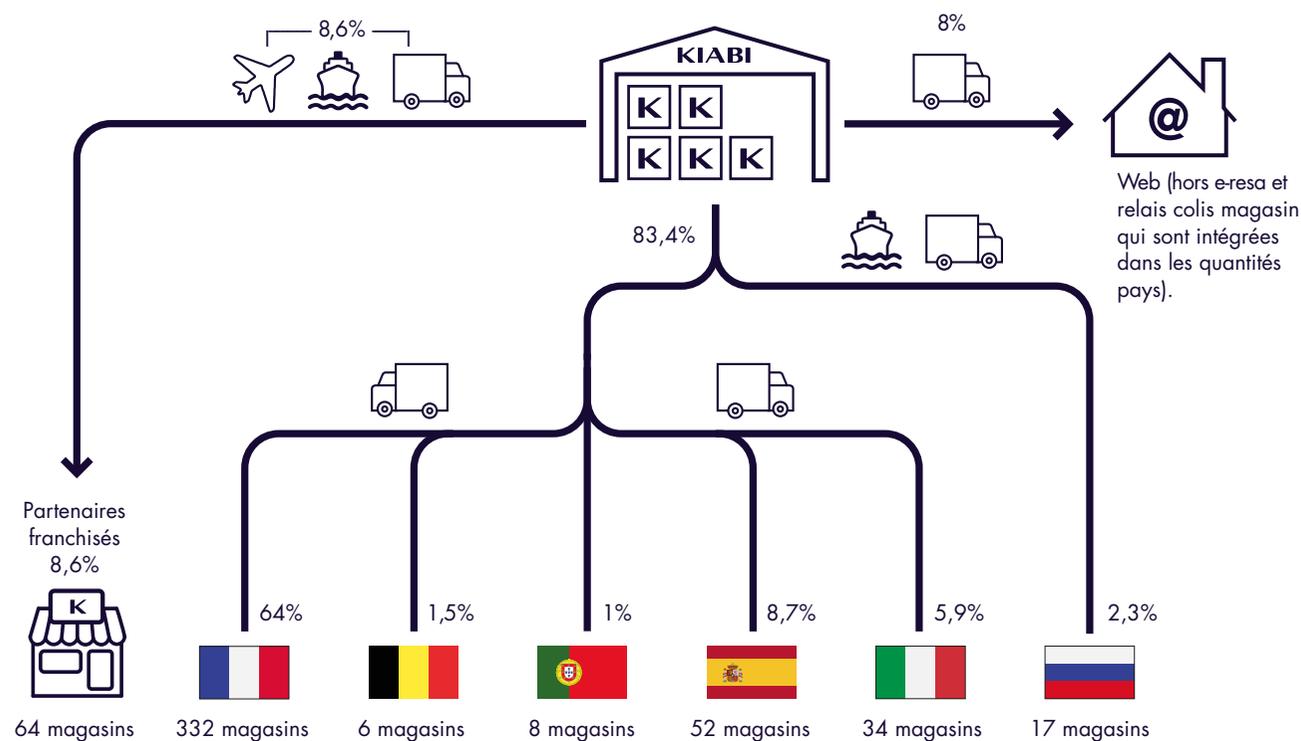


## LE TRANSPORT AVAL

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.

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

### MOYENS DE TRANSPORT UTILISÉS POUR APPROVISIONNER LES MAGASINS KIABI ET NOS CLIENTS WEB DANS LE MONDE, EN % DE QUANTITÉS DES PRODUITS LIVRÉS



### FOCUS : QUELQUES ACTIONS CONCRÈTES DÉPLOYÉES SUR LE TRANSPORT AVAL DANS LE CADRE DE FRET 21

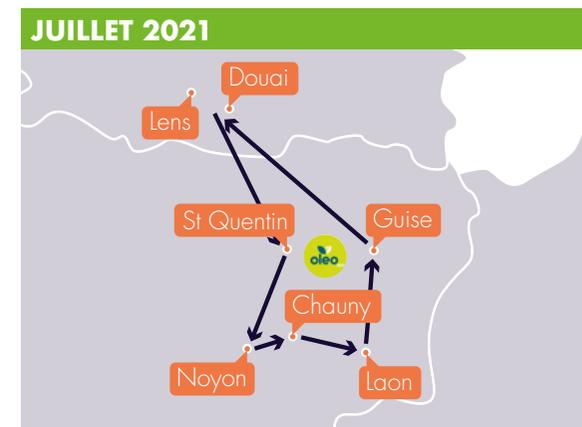
#### - Une nouvelle plateforme de cross-back :

La mise en place d'une nouvelle plateforme sur Perpignan permet de réduire les kms d'approche et de distribution pour 11 magasins situés dans les régions Midi-Pyrénées et Roussillon. Cette nouvelle organisation, sans impact magasin, permet donc d'économiser plus de 121 tonnes de CO2 par an (gain 2021 de 25 Tonnes de CO2).



#### - Déploiement de la première tournée à l'OLEO100

L'OLEO100 est un carburant alternatif durable, à base d'huile de COLZA « 100% Made in France ». Il permet de réduire de 60% les émissions de CO2 et jusqu'à 80% des particules tout en restant 100% biodégradable (gain 2021 de 27 Tonnes de CO2).



# LA GESTION DES INVENDUS

## 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 de taille.

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 le plus finement possible 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 20 et Été 21, les invendus représentaient 1,3% des marchandises achetées.

Nous développons des partenariats de dons avec des associations locales en France pour permettre à tous de se vêtir dignement.

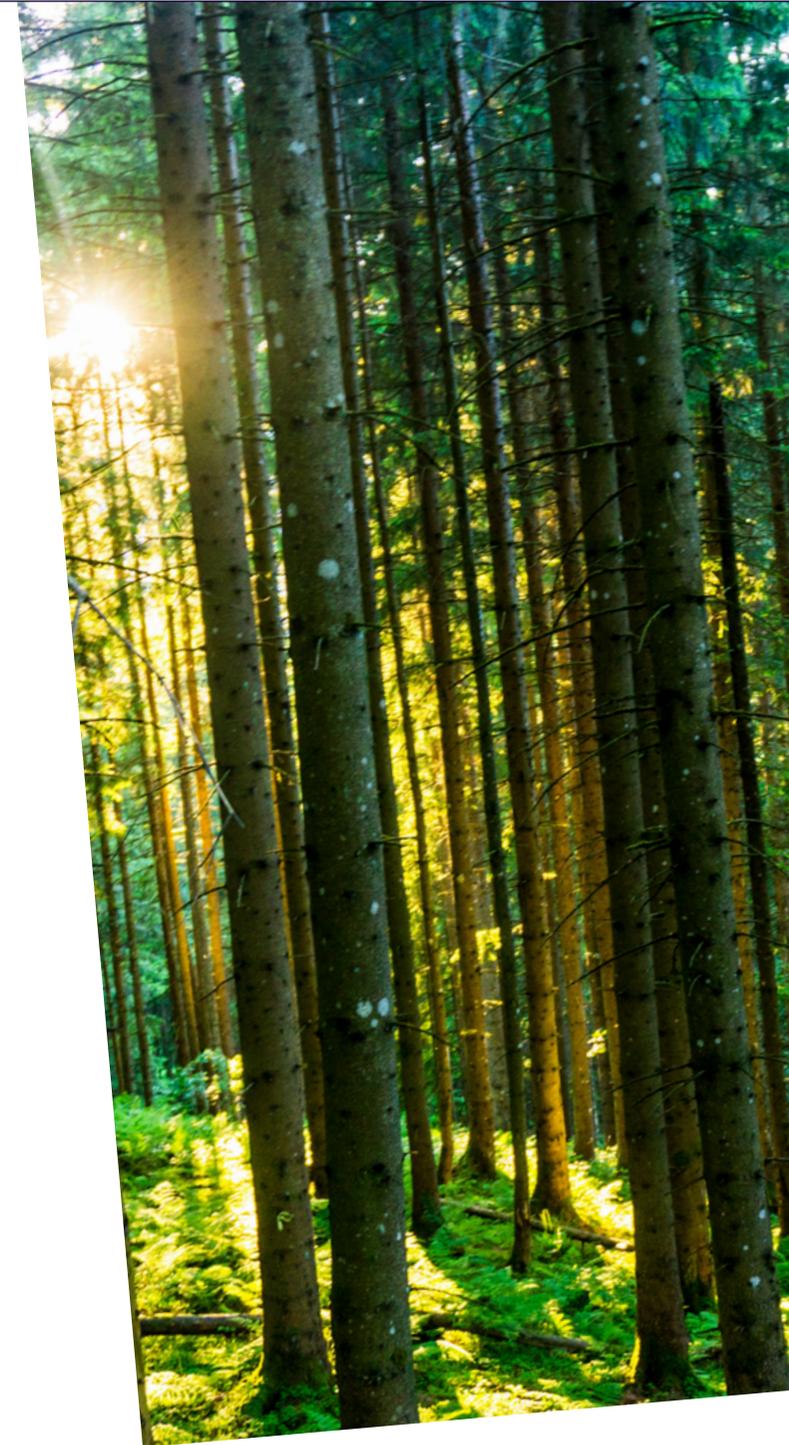
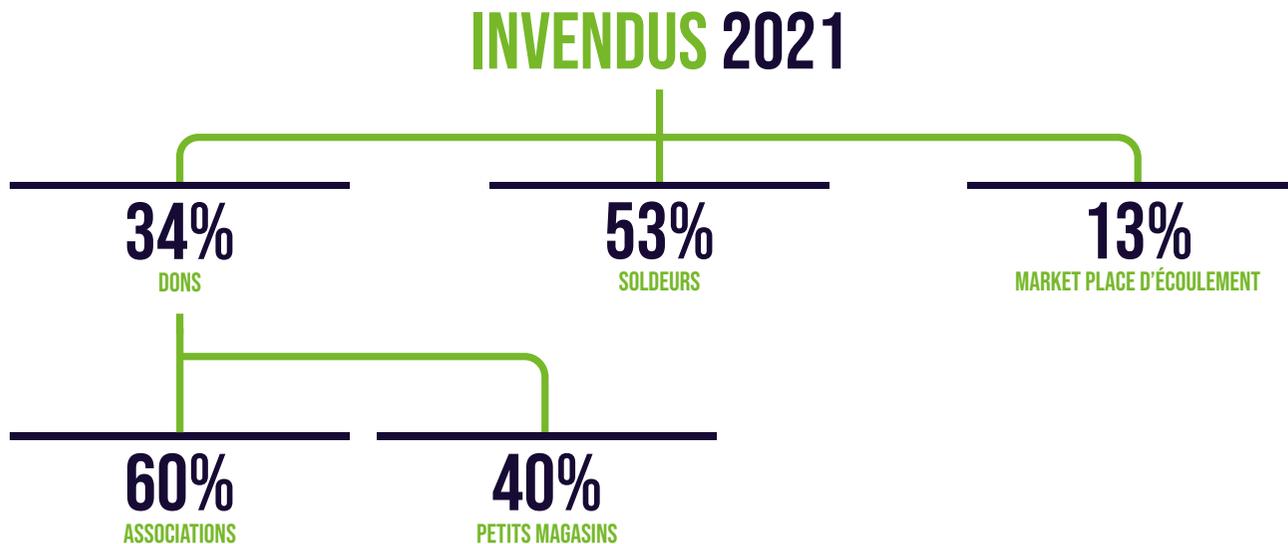
- Depuis 2018, nous offrons des invendus notamment à l'Agence du don en Nature qui les redistribue à des associations françaises d'intérêt général identifiées via sa plateforme connectée.
- Nous participons également au développement de magasins solidaires dits «Petit Magasin», en France. Nos magasins leur donnent des invendus proposés ensuite aux plus démunis à tous petits prix.

## SITUATION EN 2021

**PLUS D'1** MILLION DE PIÈCES DONNÉES AUX ASSOCIATIONS EN FRANCE

**SOIT 34%** DE NOS INVENDUS MONDE (HORS AFFILIATION ET FRANCHISE)

LES SORTIES D'INVENDUS SUR L'ANNÉE 2021 ONT ÉTÉ RÉPARTIS COMME SUIT :





## LA FIN DE VIE DES PRODUITS ET LEUR RECYCLAGE

La fin de vie de nos produits est un enjeu clé pour éviter le dépôt sauvage ou le mauvais tri par nos clients. Ainsi, depuis 2017, nous organisons avec le Relais une à trois collectes de vêtements, chaussures, accessoires textiles ou linge de maison, par an dans nos magasins français. Ces actions sont planifiées à des périodes clé de l'année : celles où nos clients trient leurs armoires (changement de saison, rentrée des classes notamment). Nos équipes en point de vente y participaient de manière volontaire.

Au 2<sup>nd</sup> trimestre 2020, nous avons intensifié notre démarche et expérimenté la collecte permanente des produits en fin de vie grâce à des bornes de don dans 10 magasins pilotes. Des actions de sensibilisation de nos clients à ce geste citoyen ont été menées en parallèle.

Le suivi hebdomadaire de cette expérimentation nous a permis d'affiner les messages à partager avec nos clients et d'adapter la taille de nos bornes pour l'ensemble des magasins français. Ce service de collecte permanente est déployé dans l'ensemble de nos succursales depuis le 1er mars 2021 et certains de nos affiliés nous ont rejoint depuis septembre 2021.

Les produits collectés sont ensuite valorisés par notre partenaire Le Relais ou des partenaires locaux.

Une fois récoltés, ces produits entament leur seconde vie.

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

- 26% recyclés en matière
- 61% revendus en 2<sup>de</sup> main
- 10% réemployés en chiffons industriels
- Les 3% restant valorisés en énergie

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

En 2021, malgré la crise sanitaire, nous avons réussi à collecter 180 tonnes de textile, linge de maison et chaussures grâce aux collectes en magasin et via les bornes de collecte mises en place sur nos parkings (pour 119 tonnes collectées en 2020).

### SITUATION

EN 2021

OBJECTIF 2025

180

2000

TONNES DE TEXTILES  
ET CHAUSSURES COLLECTÉS  
(SOIT 0,6% DES TONNES  
COLLECTÉES SUR TONNES MISES  
SUR LA MARCHÉ EN 2019)  
(119 tonnes en 2020)

TONNES

# LA CONFORMITÉ DES USINES ET DES PRODUITS

## LA CONFORMITÉ ENVIRONNEMENTALE DES USINES : VIGILANCE SUR LA CONSOMMATION EN EAU

Depuis 2018, nous faisons évoluer nos audits environnementaux pour les rendre plus complets et précis et formons nos équipes en conséquence. Ils se dirigent en priorité vers des fournisseurs dont le processus industriel est qualifié de "wet process", c'est à dire très consommateur en eau. Lors des audits environnementaux nous évaluons plus particulièrement :

- Le management de l'eau : approvisionnement, consommation et gestion des eaux usées
- Les consommations et sources d'énergie (renouvelables ou non)
- La gestion des déchets (matières premières, type de produits chimiques, fin de vie)
- Les émissions dans l'air (solvants, etc.)
- Les nuisances locales (air, bruit)
- L'occupation des terres et la biodiversité

## SITUATION EN 2021



## LA CONSOMMATION D'EAU DANS L'INDUSTRIE TEXTILE

Les procédés très consommateurs d'eau dans notre industrie :

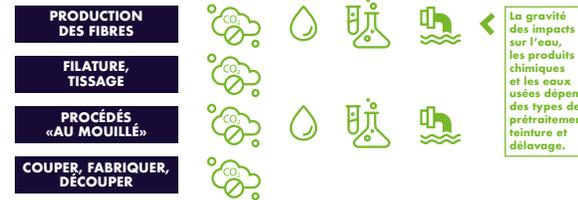
- Le prétraitement, la coloration, la teinture, l'impression, le lavage et le délavage ou lavage final, étapes qui permettent aux produits textiles d'obtenir un aspect, un toucher et une fonction spécifiques.



Les différents impacts environnementaux causés par ces traitements :

- Une consommation d'eau élevée, l'utilisation de substances chimiques polluant les milieux locaux.

ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX DANS LES PHASES CONCEPTION PRODUIT



(Source: Solidaridad Wet Processing Guidebook)

## LA CONFORMITÉ DES PRODUITS : UNE VIGILANCE DE TOUS LES INSTANTS

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 auprès de notre service assurance qualité. Il est pris en compte dans les 24h.

Selon la situation analysée, le produit défaillant 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 santé sécurité pour le client est avérée, une procédure de rappel produit est lancée directement vers nos clients et 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.

## SITUATION EN 2021



## QUELS TYPES DE SIGNALEMENTS CHEZ KIABI ?

Nous avons identifié 4 types de signalements : blessure, ingestion de petite partie détachable, risque lié aux cordons de serrage (produits enfants), allergie.

KEZAKO ?

## FAITS MARQUANTS 2021 :

En 2021, nous avons déployé trois grands projets pour garantir la sécurité de nos clients :

- **Obtention d'une certification :** KIABI propose depuis 2021 des produits certifiés STANDARD 100 by OEKO-TEX® confiance in textile pour les sous-vêtements, la lingerie, les produits nuits, les produits bébé et les t-shirts. Ce label est délivré par un organisme indépendant et garantit un taux de produits chimiques nocifs dans nos produits certifiés inférieure aux limites dangereuses pour la santé des utilisateurs. Souhaitant aller plus loin dans la sécurisation de ses clients, KIABI a obtenu la certification en propre (visible dès 2023) et s'engage à augmenter chaque année la part de produits certifiés dans nos collections.
- **Développement des formations :**
  - Formation des équipes collections sur les risques santé / sécurité
  - Mise en place d'e-learning expliquant les bases des enjeux santé sécurité, accessibles à l'ensemble des Kiabers
  - Formation sur le management des produits chimiques de nos équipes techniques aux services centraux France et Asie
- **Mise en place de la Restricted Substance List auprès de nos fournisseurs :** liste des substances réglementées (RSL). Cette liste reprend les produits chimiques et substances restreintes ou interdites pour la confection des produits finis de textile de maison, d'habillement et de chaussure.

# VERS UNE CONSOMMATION PLUS RESPONSABLE

L'utilisation de nos produits par le consommateur consomme de l'énergie. Aussi, nous œuvrons à sensibiliser au maximum nos clients sur l'utilisation, l'entretien et la fin de vie de nos vêtements afin de les amener vers une consommation plus responsable.

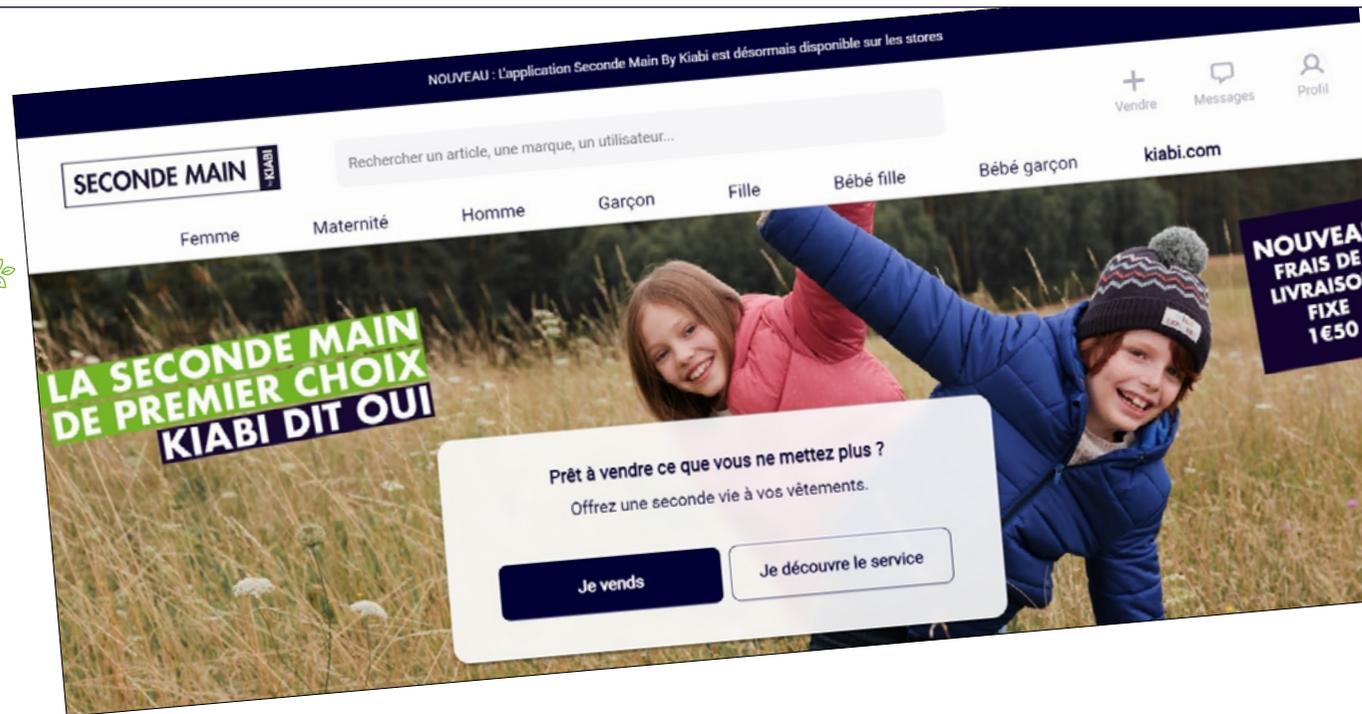
## DES CONSIGNES D'ENTRETIEN OPTIMISÉES

L'analyse du cycle de vie de nos produits montre que, au-delà de leur conception, les cycles d'entretien, lavage et repassage et/ou séchage en machine, chez le consommateur impactent eux aussi l'environnement.

Le lavage, le séchage en machine et le repassage consomment de l'énergie, de l'eau et des détergents. Pour en mesurer l'empreinte environnementale, nous avons modélisé cet usage sur la base de 30 lavages, 15 séchages et 15 repassages.

Depuis 2017, nous essayons de sensibiliser nos clients à cet enjeu : en magasin, un support écrit leur propose de laver moins chaud et de 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. Cela s'applique à la grande majorité des produits vendus en 2021.

Au-delà de limiter la consommation d'eau, détergents et énergie, ce changement de méthode d'entretien des vêtements permet de prolonger leur durée de vie.



## LES CORNERS ET UN SITE WEB DÉDIÉS À LA SECONDE MAIN

La seconde vie des produits est une des voies que nous explorons. Pour permettre à nos clients de consommer des produits de seconde main, griffés par KIABI ou d'autres marques, nous avons lancé, en août 2020 dans nos magasins tricolores, nos premiers corners seconde main en partenariat avec la société Patatam. Fin 2020, 6 corners "pilotes" étaient mis en place.

## SITUATION EN 2021

# 39

CORNERS SECONDE MAIN

(31 EN FRANCE, 5 EN ESPAGNE, 2 EN ITALIE, 1 EN BELGIQUE)

Depuis décembre 2020, notre site web Seconde Main by KIABI permet aux clients de vendre et acheter des articles de seconde main de toutes marques entre particuliers. Le site fonctionne de particulier à particulier et offre un avantage supplémentaire 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 + 20%, à dépenser chez KIABI.

## LA LOCATION DE VÊTEMENTS DE MATERNITÉ

En juin 2021 en France, nous avons proposé un service de location en ligne de vêtements maternité à nos clients. En effet, ces vêtements sont généralement portés sur une période relativement courte et restent en très bon état. Ils peuvent donc facilement être réutilisés plutôt que recyclés. Après 9 mois d'activité ce service a été arrêté en février 2022 pour être repensé avec un meilleur service client et, autant que possible, un moindre impact environnemental, celui du transport de colis était économiquement et environnementalement trop élevé. Un nouveau service sera lancé en 2022.

## UN ARBRE PLANTÉ POUR CHAQUE LIVRET BÉBÉ OUVERT

KIABI est partenaire de Reforest'Action depuis 2020. Le but de ce partenariat est de restaurer les habitats (forêt, mangrove...) locaux via la plantation d'arbres.

**LE SAVIEZ-VOUS ?**

**REFOREST'ACTION**

Spécialiste de la forêt, Reforest'Action est une entreprise française certifiée B Corp fondée en 2010. Sa mission consiste à préserver, restaurer et créer des forêts partout dans le monde pour développer, dans la durée, leurs multiples bénéfices environnementaux, sociaux et économiques.

Grâce à son modèle unique de "crowdplanting"\*, l'entreprise a financé plus de 20 millions d'arbres dans 40 pays grâce à l'engagement de 3 000 entreprises et de 300 000 citoyens.

*\*Le crowdplanting est une démarche de financement participatif proposée aux citoyens, collectivités et entreprises en vue de restaurer des écosystèmes forestiers.*

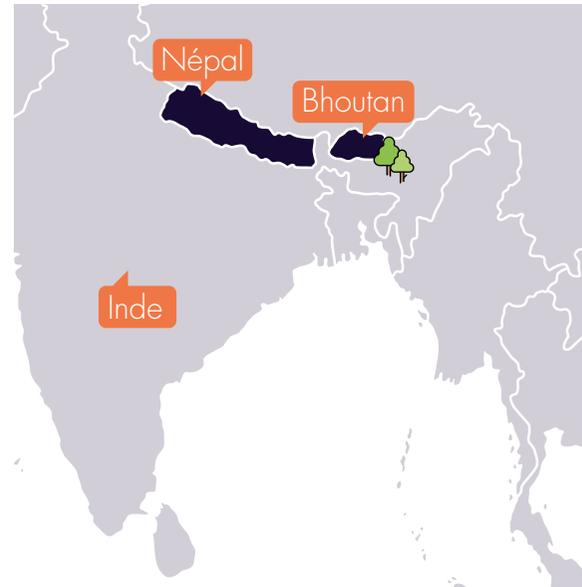


Notre partenariat consiste à financer la plantation d'un arbre pour chaque nouveau livret bébé\* ouvert sur l'année dans chacun de nos pays succursalistes.

*\*Le livret Bébé KIABI est un livret de fidélité proposé aux futurs parents. Son objectif est de permettre de cagner 10% des achats réalisés dans les rayons maternité et bébé et ainsi d'augmenter leur pouvoir d'achat.*

FOCUS PROJET : 2 PROJETS PHARES SOUTENUS AUX CÔTÉS DE REFOREST'ACTION :

- Restaurer les forêts de l'Est himalayen et développer l'agroforesterie (Inde)

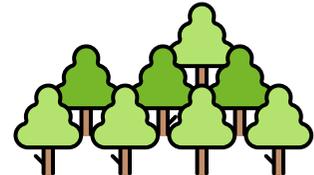


- Restaurer la mangrove (Sumatra, Indonésie)



DEPUIS SEPTEMBRE 2020, NOUS AVONS AINSI PLANTÉ :

**980 064** ARBRES

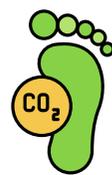


SOIT **292 864** CARBONE STOCKÉ EN 30 ANS (TCO2eq)

**2 940 192** ABRIS CRÉÉS POUR LA BIODIVERSITÉ



**3 920 256** MOIS D'OXYGÈNE CRÉÉS



**980 064** HEURES DE TRAVAIL RÉALISÉES (soit de l'emploi créé en local)



# POUR UNE MODE PLUS INCLUSIVE

## « LE PETIT MAGASIN » : LE SOCIAL BUSINESS DE KIABI

### LE MENTORING : DES KIABERS OFFRENT LEUR TEMPS

- Mentorer des porteurs de projet à impact
- Faire découvrir le mode professionnel et former les futurs Kiabers

### LE FONDS DE DOTATION SOLIDAIRE : KIABI LIFE

- KIABI se mobilise avec ses clients

### COLLECTIONS & MAGASINS : LA MODE ACCESSIBLE À TOUS

- La création de collections inclusives
- La mise en place d'horaires spécifiques pour certains publics sensibles

### LA DIVERSITÉ : CLÉ DU BIEN-ÊTRE ET DE LA PERFORMANCE AU TRAVAIL

- Une politique RH en faveur de l'égalité
- Une politique inclusive pour les personnes en situation de handicap



En tant qu'entreprise fondamentalement humaniste et respectueuse de l'Homme et de la planète, KIABI s'engage dans une politique humaine et sociale volontariste. Là où nous sommes présents dans le monde, nous souhaitons nous engager et/ou engager nos partenaires. Ainsi, nous agissons au quotidien sur trois grands thèmes qui nous tiennent à cœur et sur lesquels nous pouvons agir concrètement :

- L'inclusion, en favorisant l'accès à l'emploi de publics en situation de précarité via notamment les Petits Magasins
- L'éducation et/ou la formation, via des partenariats spécifiques favorisant la réinsertion par l'emploi
- La diversité, grâce à des actions liées par exemple à l'insertion des personnes en situation de handicap

**Franck de Saintignon**

Directeur Ressources Humaines monde

## L'ESSENTIEL 2021

- **OBTENTION DU PRIX DE LA GOOD ÉCONOMIE** récompensant les initiatives durables des entreprises engagées dans une démarche sociale, sociétale et environnementale
- **DÉVELOPPEMENT DES ACTIONS** en faveur de l'inclusion et de la diversité
- **MISE EN PLACE DU PARTENARIAT AVEC L'ASSOCIATION LIVE FOR GOOD** pour favoriser la création d'entreprise à impact
- **LANCEMENT DE PARTENARIATS AVEC DES GRANDES ÉCOLES** comme l'IESEG
- **CRÉATION DU FONDS DE DOTATION**



## INDICATEURS 2021



**10** PETITS MAGASINS OUVERTS À FIN 2021



**2M€** REVERSÉS À DES ASSOCIATIONS



**5** PORTEURS DE PROJETS À IMPACT COACHÉS PAR DES KIABERS



**86,9%** DES ÉTUDIANTS ACCUEILLIS RECOMMANDENT KIABI COMME EMPLOYEUR



## LES PARTIES PRENANTES CONCERNÉES

- Clients : bénéficiaires des Petits Magasins, clients solidaires via leurs dons en caisse ou encore clients bénéficiaires de nos actions « handicap »
- Partenaires d'insertion : organismes avec lesquels nous travaillons au développement du modèle « Petit Magasin »
- Association : Reforest'action, partenaire de notre compensation carbone
- Kiabers : collaborateurs qui donnent de leur temps pour former les personnes en insertion ou solidaires dans leurs actions
- Entrepreneurs / étudiants accompagnés par KIABI lors de stages ou de contrats d'alternance
- Écoles et universités : avec lesquelles nous nouons des partenariats pour former leurs étudiants aux métiers de demain

## « LE PETIT MAGASIN » LE SOCIAL BUSINESS DE KIABI

KEZAKO ?

### LES PETITS MAGASINS, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Véritables boutiques solidaires, les Petits Magasins proposent des invendus KIABI, offerts par l'enseigne (et d'autres articles comme des denrées alimentaires), à des familles défavorisées pour leur permettre de s'habiller dignement à moindre coût. La collaboration ne s'arrête pas à la vente, KIABI s'engage également à former des personnes en transition professionnelle dans ces boutiques, gérées par des structures d'insertion.



Fruit d'une collaboration entre les équipes locales KIABI et nos partenaires d'insertion (Croix Rouge Insertion, Sauvy, Pacte 59 et Pacte 62, Sauvegarde du Nord, Vétis, Ulisse et La Remise), les Petits Magasins ouvrent des perspectives professionnelles à des chômeurs de longue durée qui viennent s'y former à l'accueil et à la vente, et ainsi trouver un tremplin vers l'emploi.

3 volets RSE sont actionnés grâce aux petits magasins :

- L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE grâce au don de stocks de vêtements invendus.
- L'INCLUSION grâce à la mise en place d'un parcours d'insertion professionnelle pour des personnes en recherche d'emploi.
- La SOLIDARITÉ car les Petits Magasins permettent à des publics en difficultés économiques, fragilisés ou exclus, (orientés par les services CCAS des villes et/ou les associations) de préserver leur dignité.



**Pierre Alcalá**  
Responsable développement  
des Petits Magasins

« En plus de proposer des produits alimentaires, d'équipement de la maison et de la personne, voire des services, les Petits Magasins permettent de développer des actions socio-éducatives en s'appuyant sur le tissu associatif local et en coopérant avec lui. L'idée est que chacun se mette dans une dynamique de réinsertion en prenant conscience de sa valeur et de ses compétences. »

### UN « GRAND PRIX » POUR UN « PETIT MAGASIN »

Chaque année, un jury composé d'entrepreneurs engagés, de responsables RSE et de représentants du monde associatif décerne le Grand Prix de la Good Économie. Il récompense les initiatives durables des entreprises engagées dans une démarche sociale, sociétale et environnementale. Le 20 octobre 2021, le Petit Magasin, porté par KIABI, a remporté le Grand Prix dans la catégorie « Favoriser l'inclusion et la diversité », qui récompense les actions encourageant l'égalité des chances professionnelles (inclusion, égalité homme-femme, diversité...).

### TÉMOIGNAGE : LA MISSION LEADER MAGASIN - PARRAIN PETIT MAGASIN

« La mission de Leader Magasin – Parrain Petit Magasin est pour moi plus qu'un métier, il s'agit d'une valeur qui m'anime depuis toujours. Aujourd'hui, j'ai la certitude que je vais pouvoir, à mon échelle, créer de la valeur humaine. KIABI m'offre la possibilité de manager mon équipe vers une mission sociétale et je trouve cela super. »

Aurélien Carle,  
Leader Magasin KIABI Béziers

### SITUATION EN 2021

6

OUVERTURES, PORTANT  
À 10 LE NOMBRE TOTAL  
DE PETITS MAGASINS

427 740

PIÈCES DE DONS  
DE VÊTEMENTS  
POUR UNE VALEUR DE 1,9 M€

33

PARRAINS ET TUTEURS

1541

HEURES DE FORMATION OCTROYÉES  
PAR DES KIABERS À DES PERSONNES  
EN INSERTION

36

PERSONNES EN PARCOURS  
D'INSERTION

27 632

FAMILLES BÉNÉFICIAIRES

94 748

PIÈCES VENDUES

18

EMPLOIS CRÉÉS : 4 CDI, 14 CDD

# LE MENTORING : DES KIABERS OFFRENT LEUR TEMPS

## MENTORER DES PORTEURS DE PROJET À IMPACT

Courant 2021, KIABI a mis en place un partenariat avec Live for Good dans le but d'accompagner et de soutenir les jeunes créateurs d'entreprises dans le secteur du textile et les domaines à impacts positifs pour les familles.

KEZAKO ?

### LIVE FOR GOOD, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Live for Good est une association dont la mission est de révéler le potentiel des jeunes (moins de 30 ans et / ou issus de territoires fragiles, en situation de handicap ou encore ayant le statut de réfugiés) par l'entrepreneuriat social et le numérique. A travers ses programmes, elle leur permet de créer leur projet d'entreprise à impact social ou environnemental.



5 Mentors KIABI, incarnant nos valeurs et justifiant d'une expérience de plus de 10 ans en management d'équipes, ont été sélectionnés pour accompagner 5 jeunes entrepreneurs durant un an. Les 5 entrepreneurs accompagnés par nos Kiabers ont été sélectionnés par Live for Good en fonction du secteur d'activité de leur start up, en lien direct avec le business ou les valeurs de KIABI.

### SITUATION EN 2021

**80K€**

VERSÉS  
À LIVE FOR GOOD

**5**

KIABERS MENTORS

**5**

ENTREPRENEURS  
ACCOMPAGNÉS

Ce partenariat est pour KIABI, l'occasion :

- d'être acteur dans des start-up à impact positif pour la planète ou les Hommes
- d'être mis en relation, en avant-première, avec des entrepreneurs dont l'activité pourrait être pertinente pour KIABI
- de mieux connaître les codes, la culture du monde des start-up pour gagner en agilité.
- de faire grandir nos Kiabers Mentors, amenés à manager différemment, dans un domaine d'activité qu'ils ne maîtrisent pas. Nous souhaitons leur faire prendre le la hauteur, tant par rapport à leur métier, que dans leurs pratiques managériales.

### QUELQUES IMPRESSIONS D'UN BINÔME MENTOR / MENTORÉE

“ *Heureux de vivre cette expérience très complémentaire à ma formation de coach interne chez KIABI.* ”

Sébastien,  
Leader nouveaux business

“ *On s'appelle une fois par semaine environ une heure, mais parfois on déborde un peu, le temps passe très vite durant ces sessions coaching ! Sébastien me questionne en permanence sur mes décisions et les orientations du projet. L'une de ses grandes qualités : l'écoute. L'écoute active, celle qui vous fait avancer et vous donne la confiance nécessaire pour concrétiser vos ambitieuses idées. Sébastien a aussi de nombreuses expertises et des centres d'intérêts qui le relie au projet Mijuin. Je lui accorde beaucoup d'importance dans ce lancement, je ne pouvais pas rêver meilleur coach. Merci KIABI d'avoir mis en place ce partenariat !* ”

Pauline Beuzelin,  
Créatrice de Mijuin, coachée par Sébastien Garin,  
supply design leader, depuis septembre 2021

Mijuin en 2 phrases : Mijuin est un atelier de confection et d'innovation dédié au lin en circuit court. Sa mission est de confectionner des textiles à partir de lin filé et tissé/tricoté en France, et ainsi de valoriser les déchets et sous-produits de la filière lin en produits finis.



## FAIRE DÉCOUVRIR LE MONDE PROFESSIONNEL ET FORMER LES FUTURS KIABERS

Alternance, stage, accompagnement des jeunes dans les zones d'accès prioritaires, KIABI fait de l'insertion professionnelle des jeunes une priorité, encore plus dans le contexte sanitaire et économique actuel. Pour cela, nous avons lancé KIABI CAMPUS, notre politique de recrutement en faveur de l'émergence des talents de demain en France et à l'International. Objectif ? Donner leur chance aux jeunes talents, favoriser la mixité des équipes et assurer le renouvellement des compétences au sein de l'entreprise.

### SITUATION EN 2021

**OBTENTION**

DE LA LABELLISATION  
HAPPYINDEX / TRAINEES

**+ DE 200**

ALTERNANTS ACCUEILLIS

**+ DE 700**

STAGIAIRES

**50%**

DES ALTERNANTS EN MAGASINS  
SIGNENT LEUR 1<sup>ER</sup> CDI

En complément de notre politique volontariste en termes d'accueil d'alternants et de stagiaires, nous renforçons notre présence dans les écoles. Nous avons ainsi noué plusieurs partenariats étroits avec de grandes écoles, dont le dernier en date en 2021 avec l'IESEG, pour son Master en alternance « Retail Management et Business Development ». Ce programme a pour objectif de former les étudiants aux métiers du management et du développement commercial dans les grandes enseignes de distribution. Le développement des relations avec les écoles est ainsi un levier indéniable de sourcing et de recrutement de talents.

### FOCUS PROJET : PARTENARIAT AVEC TOI DEMAIN : FAIRE DÉCOUVRIR NOS MÉTIERS LORS DE STAGES DÉCOUVERTE

Depuis 2020, KIABI est partenaire de l'association *Toi demain*. 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. *Toi demain* s'engage en faveur de l'insertion des jeunes et agit contre les inégalités d'orientation.

Pour en savoir plus :

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

### FOCUS INCLUSION DANS NOS ÉQUIPES LOGISTIQUES

La logistique est un secteur qui embauche, mais qui reste peu attractif. Aussi, pour faire découvrir ces métiers et favoriser l'insertion de professionnels dans cette voie, KIABI s'est engagé auprès des publics en Préparation Opérationnelle à l'Emploi Collective.

Nous avons lancé 6 groupes de 12 Personnes en POEC (Préparation Opérationnelle à l'Emploi collective). Parmi les 72 personnes impliquées :

- 47 ont intégré KIABI à l'issue de leur formation pour une période de 6 mois.
- 1 personne a été embauchée en CDI en expédition.
- 1 personne a été embauchée en CDI chez Adecco sur notre site.
- Et 17 d'entre elles ont vu leur contrat prolongé en moyenne pour une durée 6 mois en intérim.

En parallèle, nous avons mis en place un partenariat avec JANUS et Alliance emploi, agences d'intérim spécialisées dans l'inclusion de publics éloignés de l'emploi.

LE SAVEZ-VOUS ?

### KIABI, ENTREPRISE PRÉFÉRÉE DES STAGIAIRES ET ALTERNANTS !

L'entreprise décroche en 2021, et pour la deuxième année consécutive, la labellisation Happy Trainees 2021 France, qui récompense l'excellence de l'accueil et de l'accompagnement de stagiaires et alternants. 86,9% d'entre eux recommandent KIABI comme employeur. 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.

**K**

# KIABI LIFE : LE FONDS DE DOTATION SOLIDAIRE

Dans la continuité des actions portées par la fondation KIABI (créée en 2011), KIABI a créé le fonds de dotation KIABI Life en avril 2021. Notre souhait via ce Fonds, est de permettre aux Kiabers, et à terme à nos partenaires, d'être entrepreneurs de leur écosystème dans chacun des pays dans lesquels KIABI a une activité. L'objectif principal de notre action : répondre aux enjeux locaux en dédiant un budget spécifique, permettant d'impulser une démarche globale en faveur de l'inclusion par l'emploi, l'éducation et la solidarité.

## FOCUS KIABI LIFE : AGISSONS POUR UN MONDE PLUS INCLUSIF

Cf manifeste et <https://www.kiabilife.com>

Le fonds de dotation KIABI Life permet aux collaborateurs KIABI d'être entrepreneurs d'un monde plus inclusif.

Partout où KIABI est présent, dans chaque magasin, bureau ou site logistique, nous souhaitons aider et accompagner tous ceux qui, à un moment donné de leur vie, rencontrent des situations de souffrance ou de précarité. Nous fédérons pour cela un écosystème complet (Kiabers, clients, associations, partenaires) dont l'objectif commun est de créer, ensemble, un monde plus positif, celui que nous souhaitons atteindre avec la VISION KIABI 2030.

Chaque filiale de KIABI est fondatrice de ce fonds de dotation et contribue financièrement à son fonctionnement et aux actions locales des Kiabers. Le fonds est dirigé par un conseil d'administration (constitué du DG Monde, du DAF et du DRH) et piloté par un comité Monde et les différents comités Pays.

### SITUATION EN 2021

# 106 K€

DE DONS AUX ASSOCIATIONS  
PARTENAIRES

# 10 000

BÉNÉFICIAIRES

# 6 850

KIABERS IMPLIQUÉS

# 13

ACTIONS PHARES  
IMPLIQUANT LES  
KIABERS DANS  
LES DIFFÉRENTS PAYS

# 14

ACTIONS LOCALES  
À L'INITIATIVE  
DE KIABERS  
(UNIQUEMENT  
EN FRANCE)



## KIABI SE MOBILISE AVEC SES CLIENTS

Depuis 2011, KIABI a écrit une stratégie d'actions solidaires et de régénération des éco systèmes. A travers différentes opérations (livret Bébé – Dreams School – Octobre Rose – Good Friday) nous mobilisons nos clients pour agir à nos côtés, grâce notamment à la vente de produits partage ou à des appels à dons.

### SITUATION EN 2021

# 984 K€

REVERSÉS PAR LES ENSEIGNES  
DU GROUPE KIABI  
À DES ASSOCIATIONS OU  
À DES ORGANISATIONS B CORP

# 1 063 K€

DE DONS DE NOS CLIENTS REVERSÉS  
À DES ASSOCIATIONS  
OU À DES ORGANISATIONS B CORP

# + DE 500 000

ARBRES PLANTÉS EN COLLABORATION AVEC REFOREST' ACTION



### LES PRODUITS PARTAGE, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Les produits partage sont des produits vendus à nos clients sur lesquels KIABI s'engage à reverser une certaine somme à des associations. Par exemple 0,50€ reversés à une association pour l'achat d'un T Shirt identifié.

KEZAKO ?

# COLLECTIONS & MAGASINS : LA MODE ACCESSIBLE À TOUS

En tant qu'entrepreneur d'un monde plus inclusif, KIABI met en place diverses actions en faveur de l'inclusion.

## LA CRÉATION DE COLLECTIONS INCLUSIVES

Pour répondre à son objectif de rendre la mode accessible à tous, KIABI propose des collections inclusives. Nos équipes adaptent nos produits à différentes morphologies, pathologies, ou encore à certains handicaps. Pour répondre au mieux à chaque situation, chaque collection est coconçue en étroite collaboration avec des clients concernés.

Ainsi, en 2021, trois collections spéciales ont été renouvelées :

- Collections grande taille (adulte et enfant)
- Collections post opératoires pour les femmes touchées par le cancer du sein
- Collections faciles à enfiler (adulte et enfant)



## LA MISE EN PLACE D'HORAIRE SPECIFIQUES POUR CERTAINS PUBLICS SENSIBLES

Afin de permettre à tous d'accéder à des vêtements tendance, KIABI a mis en place en magasin un dispositif d'"heures calmes", destiné notamment aux personnes atteintes par l'autisme et leurs familles.

Initié par l'équipe du magasin de Sarcelles (FR – 95) celui-ci prévoit :

- Une fois par mois, un éclairage atténué et l'interruption de toute ambiance sonore dans le magasin
- La formation et la sensibilisation des équipes magasins à la situation des personnes atteintes de syndromes autistiques

## LE DISPOSITIF "HEURES CALMES"



Les "heures calmes" sont des créneaux horaires lors desquels l'éclairage et le volume sonore de la radio sont atténués dans les magasins afin de permettre aux personnes sensibles, particulièrement les personnes atteintes d'autisme, de réaliser leurs courses sereinement.

LE SAVIEZ-VOUS ?

## SITUATION EN 2021

# 13

MAGASINS ONT MIS EN PLACE UN DISPOSITIF « HEURES CALMES » (12 EN FRANCE ET 1 EN ITALIE)

# LA DIVERSITÉ : CLÉ DU BIEN-ÊTRE ET DE LA PERFORMANCE AU TRAVAIL

Chez KIABI, nous sommes convaincus que la diversité est un facteur de bien-être au travail et de performance. Aussi, notre volonté est d'accueillir chaque Kiaber, tel qu'il est, que chacun soit accepté et intégré de la même façon, qu'il soit homme ou femme, en situation de handicap ou valide, junior ou sénior, en CDD ou CDI, à temps partiel ou complet...

L'enquête Great Place To Work®, audit social mené annuellement auprès de l'ensemble de nos collaborateurs par un organisme externe, fait d'ailleurs ressortir l'image que nos Kiabers ont de l'entreprise sur ces sujets :

- Une entreprise inclusive, avec 94% des collaborateurs reconnaissant être traités équitablement (origine, genre, l'orientation sexuelle).
- L'équité de traitement par rapport à l'âge reste à un bon niveau (81%) bien qu'en retrait par rapport aux autres indicateurs.
- 82% des collaborateurs déclarent être traités comme des membres à part entière, quelle que soit leur fonction dans l'entreprise.

2021 aura été une année de diagnostic et d'observation pour construire notre stratégie ressources humaines 2022 et y intégrer encore davantage la notion de diversité.

## SITUATION EN 2021

# 98/100

INDEX ÉGALITÉ HOMME/FEMME EN FRANCE,  
(92/100 en 2020,  
supérieur au 75/100 réglementaire)

## UNE POLITIQUE RH EN FAVEUR DE L'ÉGALITÉ

Nous avons mesuré que 82% des Kiabers sont des femmes au niveau mondial. Fort de ce constat, nous essayons de mettre en place des politiques ressources humaines adaptées aux spécificités des carrières féminines selon les pays et leurs habitudes culturelles.

Exemple concret en Italie où nous avons mis en place la politique « Mama ». Ce projet vise à mettre la « maman » au cœur de l'entreprise, en mettant en place un plan de formation spécifique au retour de congé maternité, une possibilité de participer à des groupes de co-développement entre femmes...

	TEMPS PARTIEL	TEMPS PLEIN	
Magasin (retail)	53 %	47 %	Nous savons que le temps partiel, notamment en magasin, peut provoquer une certaine précarité, surtout quand ce temps partiel n'est pas choisi. En France, depuis 6 ans, nous proposons aux collaborateurs qui le souhaitent d'augmenter leur temps de travail quand l'activité le permet.
Services centraux	12 %	88 %	
Logistique	19 %	81 %	
Bureaux d'achats	0 %	100 %	
Foncière	3 %	97 %	



## INDEX ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE 2022

L'index Égalité Femme/Homme mesure le principe  
« à travail égal, salaire égal » inscrit dans la loi depuis 46 ans.



ÉCART DE RÉMUNÉRATION

38/40



ÉCART Taux D'AUGMENTATION

20/20



ÉCART Taux DE PROMOTION

15/15



INDICATEUR RETOUR DE CONGÉ MATERNITÉ

15/15



INDICATEUR NOMBRE DE SALARIÉS DU SEXE SOUS REPRÉSENTÉ PARMI LES 10 PLUS HAUTES RÉMUNÉRATIONS

10/10

## UNE POLITIQUE INCLUSIVE POUR LES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Exemple de notre politique d'inclusion volontariste, nous avons mis en place notre politique en faveur des personnes en situation de handicap. Basée sur un principe d'égalité des chances, elle offre les mêmes opportunités en termes de recrutement, de formation, de rémunération et de mobilité professionnelle à tous nos collaborateurs, valides ou non.

Tous nos postes qui le permettent sont ouverts aux personnes en situation de handicap. Elles disposent :

- d'un plan de formation adapté à leurs besoins et favorisant leur employabilité
- de moyens d'aide à la formation pour les personnes ayant une déficience sensorielle ou intellectuelle (traducteur en langue des signes – pédagogie adaptée – logiciel de traduction)
- d'un poste de travail et d'une mission adaptés (aménagement matériel – aménagement de mission – aménagement horaire)
- d'un accompagnement managérial permettant de guider chaque Kiaber dans son parcours de mobilité en s'appuyant sur les dispositifs de formation continue en interne et en externe ou via un bilan de compétences

### SITUATION EN 2021

# 2,8%

DES KIABERS

EN SITUATION DE HANDICAP DANS LE MONDE

SOIT 256 KIABERS

## FOCUS : L'EMPLOI DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP EN FRANCE ET EN ESPAGNE

### FRANCE

3,6% de collaborateurs en situation de handicap en 2021 en diminution par rapport à 2020 du fait d'une animation du sujet plus difficile pendant la période de pandémie.

*Le taux présenté ici n'est pas représentatif du taux légal France. En effet ce calcul transmis par l'Urssaf courant avril n'est pas le même et tient en plus compte des intérimaires et prestataires avec lesquels nous travaillons non repris ici. En 2020, il était de 6,11% pour KIABI Europe et 8,12% pour notre société logistique.*

### ESPAGNE

3,2% de collaborateurs en situation de handicap en 2021.

En Espagne, les Kiabers, guidés par des membres des associations partenaires, accompagnent des personnes atteintes d'autisme ou du syndrome de Down et William pour favoriser, au quotidien, leur intégration et leur apprentissage professionnel en magasin. L'objectif de cette démarche est de permettre l'embauche d'une personne à capacités différentes dans chacun des magasins KIABI.



# LES KIABERS AU CŒUR DE LA MODE

## LA CULTURE KIABI : UN MANAGEMENT DE PROXIMITÉ

- L'écoute, la clé de notre capital humain
- Les rites managériaux, des moments d'écoute et de partage en toute transparence
- Des postures et missions managériales solidement ancrées

## MANAGER LES TALENTS POUR PRÉPARER L'AVENIR

- Favoriser la rencontre des projets des Kiabers et les besoins de l'entreprise
- Favoriser le développement des compétences personnelles
- Rendre accessible à l'ensemble des Kiabers une offre de formation digitale

## UN DIALOGUE SOCIAL FLUIDE : CLÉ D'UN CLIMAT SOCIAL SEREIN

## PRÉSERVER LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ DES KIABERS : UNE PRIORITÉ

## NOS PARTENAIRES : ACTEURS DE NOTRE DÉMARCHE SOCIALE

- Nos fournisseurs : qui sont-ils ?
- Une démarche d'évaluation stricte



“ KIABI est une entreprise humaniste, fondamentalement attachée au respect des êtres humains et de l’environnement. La coopération, le développement des Hommes et le respect font intégralement partie de notre ADN et sont de véritables moteurs de notre performance humaine et économique. Ainsi, le développement des Hommes, au cœur de notre stratégie ressources humaines, signifie pour nous d’offrir à chaque Kiaber la possibilité de se réaliser dans l’exercice de son/ses métiers en acquérant, tout au long de sa carrière, de nouvelles compétences, via des parcours de formation et un accompagnement individualisés. Nous définissons le respect des personnes par le fait de nouer des relations apaisées et honnêtes avec nos partenaires et nos clients, et, en interne, veiller au bien-être des Kiabers. Nos dispositifs d’écoute et d’échange de proximité sont la preuve de l’attention permanente que nous portons à toutes nos parties prenantes. Et c’est, ensemble, avec l’ensemble de notre écosystème, que nous coopérons pour tisser une mode positive et faciliter la vie de toutes les familles. ”

**Franck de Saintignon**

Directeur Ressources Humaines monde

## L’ESSENTIEL 2021

- **KIABI OBTIENT LA CERTIFICATION GREAT PLACE TO WORK®** pour 2021/2022
- **2 ACCORDS D’ENTREPRISE SIGNÉS** avec 100% de Organisations Syndicales en France en 2021 : égalité hommes / femmes et handicap
- **UNE PLATEFORME AKADEMY BY KIABI** disponible dans l’ensemble de nos pays pour partager des contenus digitaux de formation à l’ensemble de nos collaborateurs
- **DES RELATIONS ÉTROITES NOUÉES** avec l’ensemble de nos fournisseurs pour progresser ensemble vers une mode plus responsable



## INDICATEURS 2021



**9107** KIABERS



**98,4%**

DES AUDITS MONTRENT UNE CONFORMITÉ OU DES NON-CONFORMITÉS MINEURES DE NOS USINES PARTENAIRES



**73%** DES KIABERS SATISFAITS DE TRAVAILLER CHEZ KIABI SELON L’ENQUÊTE GREAT PLACE TO WORK®



**91%**

DES FOURNISSEURS DE RANG 1 (HORS FOURNISSEURS DE MARQUE NON KIABI) FORMÉS À NOTRE CODE DE CONDUITE

## LES PARTIES PRENANTES CONCERNÉES

- **Kiabers** : bénéficiaires des dispositifs d’écoute et de développement des carrières
- **Candidats / étudiants** : que nous accueillons chaque année pour leur faire découvrir nos métiers et les former
- **Fournisseurs** : que nous accompagnons vers des process plus responsables
- **Partenaires** : l’ensemble des entreprises et organismes avec lesquels nous réalisons les audits de nos usines sous-traitantes à travers le monde
- **Organisation** : Great Place to Work® avec qui nous menons l’étude interne auprès des Kiabers dans tous nos pays d’activité
- **Syndicats** : présents dans nos entreprises par les représentants du personnel avec qui nous co-construisons l’ensemble des accords d’entreprise

# LA CULTURE KIABI : UN MANAGEMENT DE PROXIMITÉ

Notre stratégie ressources humaines est structurée autour de trois axes stratégiques autour desquels s'articulent l'ensemble de nos actions :

## 1- Une famille de citoyens engagés :

certes, KIABI est une entreprise de dimension mondiale, mais nous avons à cœur d'insuffler un réel esprit de famille auprès de nos Kiabers, de créer des liens et des collaborations vertueuses entre Kiabers d'une part, mais aussi avec nos partenaires, nos clients, nos fournisseurs.

## 2- Une entreprise agile composée d'entrepreneurs :

nous sommes convaincus que notre développement passera par l'entrepreneuriat. Tester de nouveaux services, développer des produits alternatifs est pour nous une évidence. Nous travaillons d'ailleurs avec des start-up et accompagnons des chefs d'entreprise en ce sens. Notre objectif : que nos Kiabers soient des entrepreneurs et des actionnaires autonomes et responsables.

## 3- Des talents créateurs de performance :

enfin, nous préparons chaque jour notre avenir en développant des formations, des opportunités de parcours croisés, en nouant des partenariats avec des écoles pour nous préparer aux métiers de demain. Notre conviction profonde est que notre performance naît de nos différences et nos complémentarités.

## L'ÉCOUTE, LA CLÉ DE NOTRE CAPITAL HUMAIN

Depuis toujours, la force de KIABI repose sur son capital humain. A l'origine de cela, une volonté constante d'écouter les équipes. Car, nous en sommes convaincus, écouter, c'est trouver les clés de notre amélioration continue et de notre performance. En permettant aux collaborateurs de s'exprimer régulièrement sur leur niveau de satisfaction, leurs ressentis, leurs besoins, et en permettant, au travers de groupes de progrès, de réfléchir ensemble et d'agir pour une meilleure qualité de vie au travail, nous cultivons cette force.

Pour être au plus près de nos collaborateurs, nous avons mis en place deux types de dispositifs aux niveaux international et local :

- Une écoute globale, internationale, avec l'enquête Great Place To Work® : cette étude apporte une vue complète et comparable de l'ensemble des filiales et grands services de l'entreprise une fois par an.

- Des écoutes locales, menées en autonomie par chaque pays/BU mais dans un cadre défini : ces études permettent de mesurer et suivre l'avancement des plans d'actions définis dans le cadre de l'étude Great Place To Work®, selon les calendriers et les contenus spécifiques au local.



## GREAT PLACE TO WORK® : KÉZAKO ?

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.

KEZAKO ?

## LES 3 POINTS MARQUANTS DE L'ÉTUDE GREAT PLACE TO WORK® 2021 :

- Un taux de participation de 82% : plus de 6.800 collaborateurs, dans 9 territoires
- 73% des collaborateurs déclarent que KIABI est une entreprise où il fait bon travailler
- KIABI est certifiée Great Place To Work® 2021/2022 dans ses 8 pays (France, Espagne, Italie, Portugal, Belgique, Inde, Bangladesh, Chine dont Hong Kong).



## DES POSTURES ET MISSIONS MANAGÉRIALES SOLIDEMENT ANCRÉES

L'un des leviers du bien-être au travail et de la fidélisation des collaborateurs est l'alignement entre les valeurs personnelles et celles de l'entreprise. Ainsi, pour assurer le partage des valeurs de l'entreprise et l'adhésion de chacun, les bonnes postures à adopter sont partagées et animées auprès des Kiabers. Le "profil Kiaber" nous aide ainsi à recruter les profils adéquats, à inspirer nos collaborateurs et à développer leurs compétences managériales. En écho, les missions et postures du leader sont le reflet de nos valeurs managériales. Ces postures et missions sont évaluées à chaque Entretien de Développement par les pairs, par les collaborateurs directs et le responsable hiérarchique de chaque Kiaber.

# PROFIL KIABER



### AGIR EN ENTREPRENEUR

- Je suis curieux, je prends des initiatives et j'ose prendre des risques dans ma zone de responsabilités.
- J'agis avec pragmatisme et simplicité.
- Je suis orienté résultats et je pense « solutions ».
- Je suis persévérant face aux obstacles et je fais preuve d'adaptabilité.

### ÊTRE GÉNÉREUX

- Je coopère avec mon écosystème.
- Je prends soin de nos liens.
- Je partage mes talents et mes compétences.
- Je m'engage dans la démarche diversité, inclusion et développement durable.

### ÊTRE AU SERVICE DU CLIENT

- Je mets le client au cœur de mes préoccupations.
- Je me rends disponible pour apporter une solution aux besoins de nos clients.
- J'agis au service de la vision et de la stratégie.

### ÊTRE BIENVEILLANT

- Je vis les relations d'égal à égal.
- J'agis avec intégrité et respect.
- Je pratique l'écoute active.
- Je communique simplement et de manière constructive.

### ÊTRE PASSIONNÉ

- Je partage mon énergie et je fais rayonner Kiabi dans mon écosystème.
- Je suis acteur de mon développement et de mon apprentissage.
- Je prends plaisir dans ce que je fais.

### ÊTRE EXIGEANT

- J'agis pour la performance, l'efficacité et l'amélioration continue dans le travail que j'entreprends.
- Je donne des feedbacks transparents et exigeants; je challenge et me fais challenger.
- Je suis exemplaire : « Je fais ce que je dis. »

# MISSION LEADER



### LA PERFORMANCE

- Je co-construis, je définis et j'anime une FDR claire, ambitieuse et réaliste dans ma zone de responsabilités.
- Je m'entoure d'une équipe performante pour accompagner Kiabi dans les challenges de l'entreprise.
- Je priorise les actions créatrices de valeur économique et humaine en vue de garantir le ROI\* des projets.
- J'encourage la prise d'initiative dans une démarche d'amélioration continue.

### LE MANAGEMENT

- Je crée les conditions de confiance pour favoriser l'autonomie, la responsabilisation et la prise de décision.
- Je valorise, je reconnais la contribution individuelle à la performance collective.
- J'encourage l'audace et le droit à l'erreur comme source d'apprentissage.
- J'anime et je suis garant de la stratégie humaine de Kiabi et de nos rituels managériaux.
- J'encourage chaque membre de mon équipe à être acteur de son développement.

### LA VISION ET LA STRATÉGIE

- J'impulse une vision ambitieuse à long terme dans mon périmètre.
- Je suis porteur de la vision et de la stratégie de Kiabi auprès de mon écosystème et je traduis en actions concrètes dans ma zone de responsabilités.
- J'incarne les valeurs de Kiabi auprès de mon écosystème.
- Je prends de la hauteur, j'évalue les risques, j'anticipe et je projette les actions.

### LA POSTURE DE LEADER

- Je favorise la coopération et l'entraide par une posture inspirante.
- J'écoute activement et je donne du sens.
- Je prends des décisions et je les porte avec courage managérial.
- Je suis exemplaire sur les valeurs, les règles et je les fais vivre au quotidien.

\*ROI (retour sur investissement qualitatif et quantitatif)

# MANAGER LES TALENTS POUR PRÉPARER L'AVENIR

Attirer, faire évoluer, motiver et retenir les talents est une priorité de la stratégie ressources humaines chez KIABI.

Les objectifs de notre politique gestion des talents sont clairs :

- Développer une communauté de talents
- Individualiser les parcours de carrière et de développement

Pour les atteindre, les équipes Talent Management développent, avec les équipes RH des différents périmètres et pays, des plans d'action spécifiques.

KEZAKO ?

## LE TALENT MANAGEMENT, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Le talent management, ou gestion de talents en français, est l'ensemble des procédés RH visant à attirer, faire évoluer, motiver et fidéliser les employés les plus performants.

Il s'agit d'une approche intégrée permettant d'atteindre les objectifs clés en matière de gestion des talents et d'organisation de l'entreprise. Les programmes fondamentaux de cette organisation comprennent entre autres :

- Le développement des compétences
- La gestion et l'évaluation de la performance
- La gestion Haut potentiel (hi-po)
- La gestion de carrière & mobilité
- La Prospection, Tendances et Observatoire des Métiers



## FAVORISER LA RENCONTRE DES PROJETS DES KIABERS ET LES BESOINS DE L'ENTREPRISE

La démarche Talent permet à chaque Kiaber de prendre conscience de ses talents, de les développer, de les partager et de faire évoluer sa carrière.

Pour favoriser les évolutions de carrière, nous animons un processus tout au long de l'année, appelé "Campagne ED". Il commence par l'entretien annuel de développement, se poursuit par le processus de révisions salariales et se termine avec la "revue des Talents" qui vise, à un instant T, à mettre en exergue les projets professionnels des Kiabers au regard des opportunités qu'offre l'entreprise.

En complément, et pour faciliter encore plus la mobilité interne, KIABI dispose d'un portail web recensant les offres d'emploi du groupe disponibles partout dans le monde. Ce portail, nommé Kimooov, permet aux Kiabers de candidater ou de coopter un ami, collègue, directement.

En complément, une fois les opportunités de carrière adaptées identifiées, pour accompagner les Kiabers dans leur développement professionnel, nous animons plusieurs écoles internes diplômantes sur le territoire français :

- Ecole des Leaders / Coleader de magasin, Ecole Coordinateurs Logistique, Parcours Management, Ecole des leaders (hors magasins) dont le but est de mieux se connaître pour mieux manager. Elle est ouverte à tous nos collaborateurs évolutifs, dans tous les pays.
- Ecoles du Retail : Visuels Merchandisers, Gestionnaire Flux
- Formation au métier d'analyste de données : les premiers Kiabers ont été diplômés en 2020.

Certains parcours se font en partenariat avec des écoles spécialisées (exemple de l'école de visuel merchandiseur en partenariat avec l'école MJM).



## SITUATION EN 2021

**591**  
PERSONNES FORMÉES  
DANS NOS ÉCOLES INTERNES  
(403 en 2020)

**142**  
MOBILITÉS INTERNES



## FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES PERSONNELLES

Au-delà des compétences dites "professionnelles", KIABI offre à ses collaborateurs la possibilité de développer leurs compétences dites "personnelles".

### PAR EXEMPLE :

- « PROJET VOLTAIRE » : un accès digital pour 100% des Kiabers en France à une formation à l'orthographe. C'est une manière personnalisée et ludique d'apprendre, de réapprendre et de se réappropriier la langue française écrite.
- LES ATELIERS DE CO-DÉVELOPPEMENT : ils reposent sur l'intelligence collective. Durant un parcours de 4 séances, les Kiabers qui le souhaitent se rencontrent par petits groupes de 6 à 8 personnes. Le groupe s'entraide, échange sur ses pratiques et renforce ses compétences. Chacun progresse sur ses projets, ses problématiques, ses préoccupations en identifiant des solutions concrètes co-construites avec le groupe. Ils sont guidés dans leur démarche par un animateur interne formé au co-développement professionnel.
- « PROJET E-LIBRARIE » : cette librairie virtuelle offre une large sélection de contenus de développement personnel (+3000 e-books, audiobooks et podcasts) mis à disposition dans l'akademy by KIABI comme par exemple : la gestion du temps, le télétravail, la motivation, etc.
- FORMATIONS DE DÉVELOPPEMENT PERSONNEL : communication non violente, mieux se connaître pour mieux communiquer

## RENDRE ACCESSIBLE À L'ENSEMBLE DES KIABERS UNE OFFRE DE FORMATION DIGITALE

Depuis début 2020, KIABI développe une stratégie de "Digital Learning". Cette stratégie de formation repose sur la digitalisation de nos outils et process, ainsi que sur la production croissante de contenus pédagogiques digitaux toujours plus riches. Ces contenus sont centralisés et mis à la disposition de l'ensemble des Kiabers à travers le monde depuis 2021, via une plateforme en ligne : l'akademy by KIABI.

Les objectifs de cette académie sont triples :

- excellence opérationnelle (développer les métiers de demain + digitalisation),
- accompagner la transformation (posture managériale),
- mise en conformité (loi Sapin en France, directive européenne RGPD...)

## SITUATION EN 2021



Explications : de nombreuses formations digitales développées en urgence au printemps 2020, n'avaient pas pu être tracées.

# UN DIALOGUE SOCIAL FLUIDE : CLÉ D'UN CLIMAT SOCIAL SEREIN

La législation Française impose aux entreprises d'ouvrir des négociations relatives à la qualité de vie au travail et à la diversité avec les Organisations Syndicales. La notion de diversité est même devenue l'un de nos fils conducteurs dans l'ensemble des négociations.

Chez KIABI, nous mettons un point d'honneur à maintenir un dialogue social permanent et, lors des négociations, à aboutir à de véritables accords partagés. Ainsi, nous nous fixons comme objectif d'obtenir 100% des voies des Organisations Syndicales, au lieu de 50% exigées par la réglementation, pour valider un accord. Nous sommes donc en quasi co-construction des accords avec les élus du personnel.

En Espagne, Italie et Belgique, KIABI négocie et signe des accords collectifs.

En 2021, ce sont les thèmes du handicap, de l'égalité hommes-femmes qui ont fait l'objet d'accords en France. Côté Belgique, un accord « maternité » et « travail du dimanche » ont été signés.

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

Pour l'Italie, l'ensemble des négociations du CIA (contrat intégratif d'entreprise) a été prolongé sur 2021.

*Un tableau récapitulatif des accords en cours dans chacun des pays se trouve en annexe.*

## FOCUS : ACCORD ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE FEMMES/HOMMES EN FRANCE

Un nouvel accord portant sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes 2021 – 2024 a été signé en 2021 en France.

Des mesures phares ont été signées sur :

- l'accès à l'emploi : développement des formations sur la non-discrimination lors des recrutements,
- la rémunération : favoriser la parité en mesurant les écarts de rémunération au sein des équipes pour les métiers comparables, réduire les écarts de rémunération liés aux congés familiaux et poursuivre la sensibilisation et l'animation des Leaders sur l'égalité salariale dans la politique salariale, avec le développement des Ateliers Rémunération.

Beaucoup de nouveautés ont également été validées sur les conditions de travail, l'articulation de la vie professionnelle et l'exercice de la responsabilité parentale (création de 2 types de congés supplémentaires, possibilité de télétravailler à 100% à compter du 6<sup>ème</sup> mois de grossesse, possibilité pour les Kiabers qui le souhaitent de prendre un temps partiel choisi jusqu'au 6 ans de l'enfant...)

## FOCUS : ACCORD HANDICAP EN FRANCE

En 2021, nous avons signé notre 7<sup>ème</sup> accord Handicap en France. Les grands enjeux de cet accord France sont le recrutement, la formation et l'insertion, la sensibilisation et la communication en :

- maintenant voire dépassant 6 % de personnes en situation de handicap
- favorisant la durabilité des emplois et l'épanouissement, en développant l'employabilité des personnes en situation de handicap
- en sensibilisant informant les Kiabers via une communication renforcée
- en permettant d'aménager la fin de carrière



# PRÉSERVER LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ DES KIABERS : UNE PRIORITÉ

La sécurité physique de nos collaborateurs est essentielle. Quel que soit le métier exercé (logistique, magasin, services centraux) et le pays dans lequel les Kiabers l'exercent, nous travaillons à l'amélioration continue de l'environnement professionnel.

## LES CONSTATS DE L'ENQUÊTE GREAT PLACE TO WORK® :

Les collaborateurs reconnaissent évoluer dans un environnement de travail sécuritaire (84% +4pts vs.2017), disposant des ressources et du matériel nécessaires à la réalisation de leur travail (78% + 6pts vs. 2017).

La qualité de l'accueil des nouveaux collaborateurs est également soulignée par les collaborateurs (86%).

Pour diminuer la fréquence des accidents de travail et la durée d'arrêt des collaborateurs, nous formons les Kiabers sur les thèmes de la santé, la sécurité et des risques liés à l'activité physique. Afin de monitorer au mieux cette thématique, nous suivons des indicateurs tels que l'absentéisme, le taux de fréquence des accidents du travail et les maladies professionnelles pour en comprendre les causes et y remédier.

## SITUATION EN 2021



Excepté pour l'Espagne et le Portugal, les taux d'absentéisme tendent à augmenter par rapport à 2020, conséquence directe de la crise de la Covid 19 (congéés enfants malades, arrêt maladie pour cas contact...)

Les accidents du travail concernent principalement les activités logistiques et magasin. Forts de ce constat, nous déployons des formations et une démarche qualité / sécurité pour en réduire le nombre et la gravité.

Par exemple, en logistique (France), le sujet de la santé/ sécurité au travail est de plus en plus accompagné : 77 personnes sont engagées comme "relais sécurité".

Leur rôle est bien sûr la prévention contre la Covid, mais aussi la sécurité globale des collaborateurs à leur poste de travail (gestes et postures, ergonomie, prévention) via des audits de sites.

## FOCUS : DES OUTILS DE PRÉVENTION EN MAGASIN

En magasin, depuis 2014, nous avons intégré un outil contrôle interne pour 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.) En France et en Espagne, ces auto-évaluations sont doublées de validations réalisées par l'équipe contrôle interne de la filiale. Elle réalise des audits magasins, par échantillon, pour apprécier la qualité de l'auto-évaluation et le niveau de risque du magasin. En 2021, le nombre d'audits réalisés a été fortement revu à la baisse pour laisser les équipes magasins gérer leur activité opérationnelle.

# NOS PARTENAIRES : ACTEURS DE NOTRE DÉMARCHE SOCIALE

KIABI travaille avec de nombreux partenaires. Qu'ils soient affiliés, franchisés, fournisseurs de marchandises, fournisseurs de biens non marchands ou encore prestataires, nouer des partenariats de confiance dans la durée avec ces partenaires fait partie intégrante de la culture de l'entreprise. Certes, ils ne font pas partie intégrante de nos équipes de Kiabers, mais nous attachons une importance toute particulière à nous connaître mutuellement pour mieux travailler ensemble.

Pour nous assurer que nos partenaires sont aussi engagés que nous sur les aspects sociaux, sociétaux et environnementaux, nous avons mis en place des temps d'échange et un accompagnement dédiés.

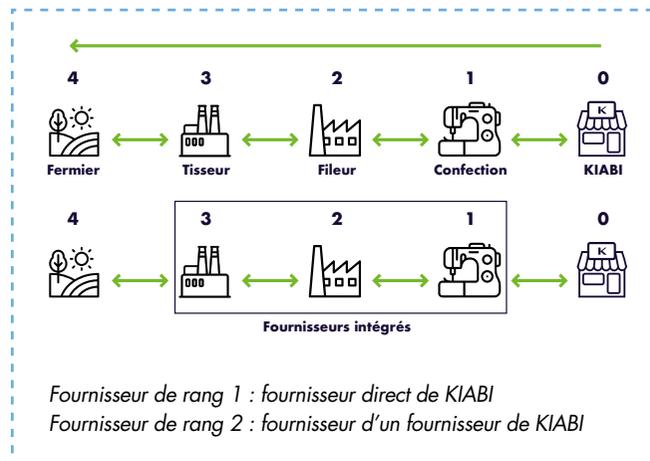
- Nos fournisseurs sont invités chaque année à notre "journée de lancement d'année fournisseurs" durant laquelle nous leur présentons nos enjeux pour l'année à venir. Il en est de même pour nos partenaires franchisés et affiliés.
- Nous accompagnons nos fournisseurs sur les questions de santé au travail, de sécurité et du respect de l'environnement. Nous leur proposons des formations ainsi qu'un guide d'autoévaluation sur ces sujets. En relais des audits que nous réalisons, nous les suivons aussi dans leur politique d'amélioration continue.

## NOS FOURNISSEURS : QUI SONT-ILS ?

Nos collections sont principalement fabriquées en Asie et au Maghreb, où nous recherchons un savoir-faire précis et une expertise reconnue. Nous travaillons ainsi avec 144 fournisseurs de confection dits «de rang 1», représentant 405 usines de fabrication.

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

Chacun de nos fournisseurs fait l'objet d'une grande attention lors de sa sélection et tout au long de notre partenariat. Notre souhait est d'entretenir des relations durables avec nos partenaires, dans une démarche co-construite d'amélioration continue.



Aujourd'hui, nous souhaitons pouvoir identifier clairement qui sont nos fournisseurs directs, dits de rang 1, et savoir également avec quels fournisseurs, dits fournisseurs de rang 2, ils travaillent. Nous récoltons cette information de manière déclarative en demandant à nos fournisseurs directs de nous transmettre les coordonnées de leurs fournisseurs / usines de rang 2.

Pour une plus grande transparence, nous souhaitons mettre en place une solution / un outil nous permettant de mieux monitorer l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement. C'est pourquoi, nous faisons partie d'un groupe de travail sur la traçabilité dépendant du Ministère de l'Industrie. Face à la multiplicité des initiatives et au manque de maturité constaté des solutions existantes sur le marché, a été lancé avec des entreprises volontaires de la filière, une expérimentation pour tester de façon collaborative des solutions de traçabilité des fournisseurs en 2022.

## SITUATION EN 2021

# 144

FOURNISSEURS DE RANG 1  
SOIT 405 USINES

# 219

FOURNISSEURS DE RANG 2  
DÉCLARÉS SOIT 422 USINES

Pour continuer d'accompagner nos fournisseurs dans la période critique qu'a représenté la crise sanitaire, nous avons fait le choix de maintenir nos volumes de commandes en 2020 et 2021. Nous avons ainsi été reconnus par le Works Right, une organisation caritative qui œuvre pour la justice en matière d'emploi, parmi les entreprises responsables s'étant engagées à payer intégralement ses commandes terminées en production.

Nous avons également rejoint le mouvement « Call to Action », lancé par l'Organisation Internationale du Travail, pour permettre aux fabricants de poursuivre leurs activités, de payer leurs salariés et de mettre en place des dispositifs d'aide à la préservation de la santé et de l'emploi de leurs collaborateurs.

## UNE DÉMARCHE D'ÉVALUATION STRICTE

Nos équipes achat, qualité et compliance évaluent nos fournisseurs sur la base de critères stricts : qualité, conformité des usines en termes social et environnemental, respect des délais, solidité financière, etc. Cette évaluation permet de mesurer leur progression, sur une base objective que nous partageons avec eux.

Tout commence d'ailleurs dès la sélection d'un nouveau fournisseur : avant d'être référencé, tout fournisseur de rang 1, hors Union Européenne, 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 non annoncés de leurs usines, réalisés par nos équipes ou par un prestataire accrédité.

Afin de nous assurer que nos fournisseurs respectent le code de conduite signé avec KIABI, nous les formons et les auditons régulièrement, soit par nos équipes d'auditeurs internes, par des sociétés spécialisées ou via d'autres entreprises du secteur textile partageant leurs audits.

ÉVALUATION  
SOLIDITÉ  
FINANCIÈRE



AUDIT  
DES CONDITIONS  
DE TRAVAIL



COMITÉ DE VALIDATION  
USINE / FOURNISSEUR  
SUR BASE D'ÉVALUATIONS



ÉVALUATION  
RÉPUTATIONNELLE  
ET ÉTHIQUE

AUDIT  
SAVOIR FAIRE /  
QUALITÉ

## SITUATION EN 2021

91%

DES FOURNISSEURS DE RANG 1 (HORS  
FOURNISSEURS DE MARQUE NON KIABI)  
FORMÉS À NOTRE CODE DE CONDUITE

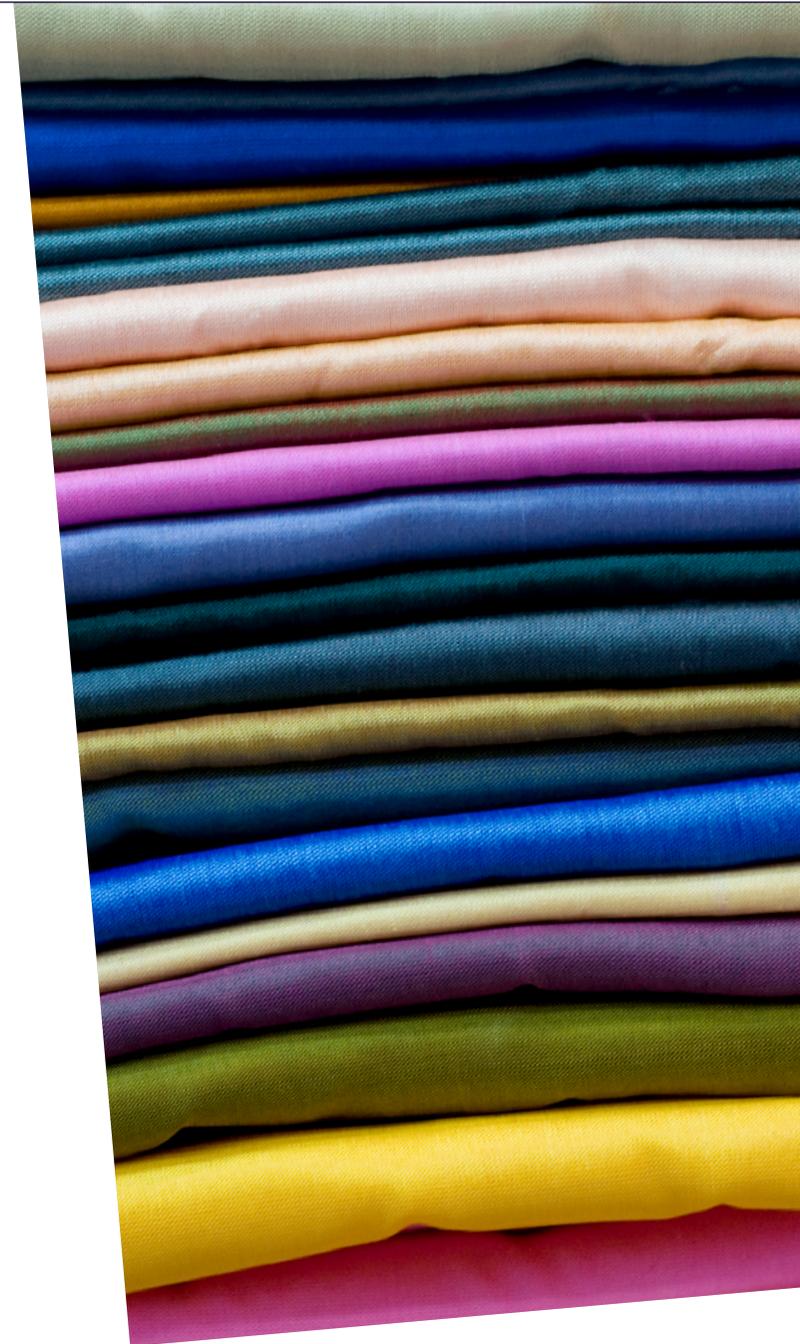
1016

AUDIT SOCIAUX  
RÉALISÉS

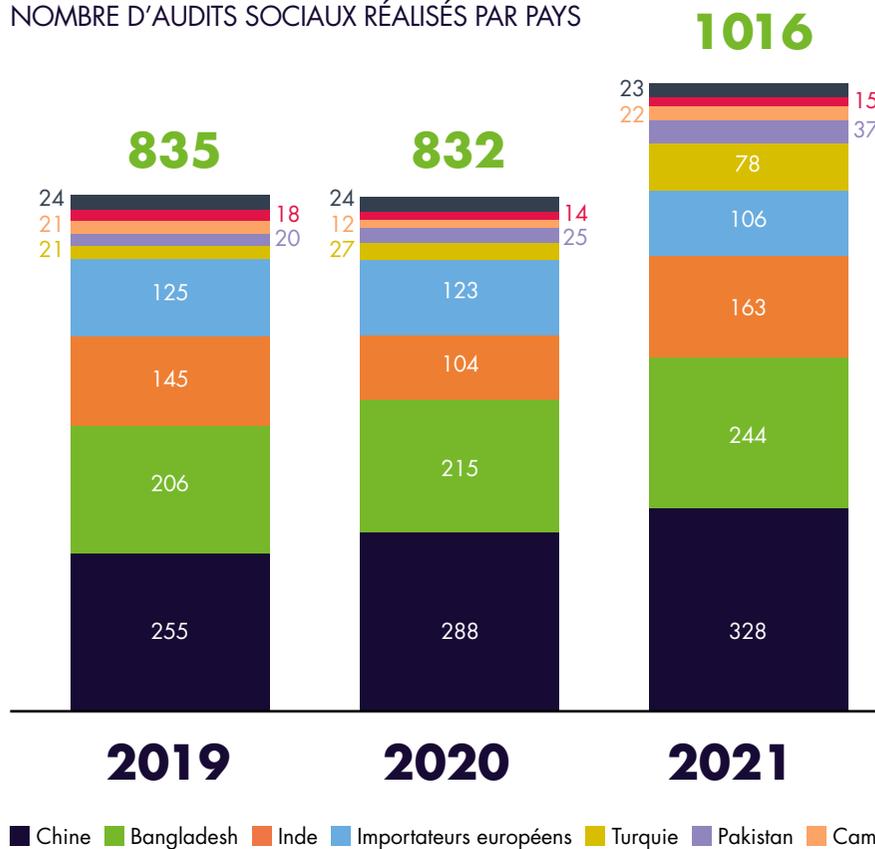
KEZAKO ?

## LE CODE DE CONDUITE, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Reflet de nos valeurs, le code de conduite KIABI 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 telles, en particulier 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. Il est systématiquement intégré à nos contrats.



## NOMBRE D'AUDITS SOCIAUX RÉALISÉS PAR PAYS



- 20% des audits réalisés par notre équipe interne d'auditeurs composée de 9 personnes (1 à Hong Kong, 4 à Shanghai, 2 au Bangladesh, 2 en Inde)
- 45% par des sociétés spécialisées
- 35% par d'autres entreprises qui mettent à disposition leurs audits sur la plateforme AMFORI (BSCI\*\*\* pour la partie sociétale et BEPI\*\*\* pour la partie environnementale) afin de mutualiser nos démarches d'audit avec d'autres enseignes textiles dans le monde

### QU'EST-CE QU'UN AUDIT DIGITAL ?

Pour maintenir nos audits malgré les restrictions de déplacements liés à la pandémie de covid 19, nous avons poursuivi les audits digitaux en visio et à distance mis en place en 2020.

- Entretien préliminaire avec la direction de l'usine
- Visite virtuelle de l'usine. Le procédé n'est certes pas parfait mais en la circonstance, il nous aide à comprendre la situation actuelle de l'usine. La visite s'axe sur les incendies, l'électricité et la sécurité des bâtiments
- Analyse de la documentation (contrats de travail, certificats des bâtiments,...)

Cet audit digital est pensé pour couvrir toutes les parties de l'audit social dit "classique" excepté pour les entretiens menés avec les travailleurs car les outils ne permettent pas de garantir la confidentialité des témoignages

KEZAKO ?

Sur 2020 et 2021, malgré la crise sanitaire, nous avons réalisé autant voir plus d'audits qu'en 2019. En effet, conscients qu'il fallait poursuivre notre communication avec les fournisseurs/usines pendant cette période de pandémie, nous avons imaginé une nouvelle façon d'analyser la conformité des usines sans avoir à nous y déplacer physiquement. Nous avons ainsi augmenté la part des audits confiés à des sociétés externes et mis au point des audits digitaux réalisés par nos équipes.

L'audit des usines de nos fournisseurs permet d'évaluer leur conformité. Selon le résultat de l'évaluation, un audit de contrôle est programmé à plus ou moins longue échéance.

- "Conforme": un audit de suivi est réalisé chaque année.
- "Non-conformité mineure": un audit de suivi est réalisé dans les 6-9 mois.
- "Non-conformité majeure": un audit de suivi est réalisé dans les 3 mois.

Nous engageons, avec les fournisseurs concernés, une démarche d'amélioration concertée pour corriger les non-conformités détectées et ajustons la fréquence de nos contrôles. Dans de rares cas, dès lors que la démarche d'amélioration initiée n'aboutit pas à une mise en conformité avec nos conditions éthiques, la relation contractuelle est rompue.

Tous nos fournisseurs de rang 1 et de rang 2 « nominés » sont audités chaque année sur le volet social.

## SITUATION EN 2021

98,4%

DES AUDITS MONTRENT UNE CONFORMITÉ OU DES NON-CONFORMITÉS MINEURES

(96.5% en 2020).

# 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 performance extra-financière 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 2021 ;
- 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 2021.

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 le paragraphe « La fin de vie et le recyclage »
- Le changement climatique Traité dans le paragraphe « Le bilan 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 les paragraphes « Un dialogue social fluide : clé d'un climat social serein », « Préserver la santé et la sécurité des Kiabers : une priorité ».

Il est à noter que nous avons 1 CSEC – 4 CSE dont 3 ont une CSSCT ainsi que des Représentants du Personnel sur les magasins. Les 4 CSE concernent les sociétés françaises KIABI Europe, KIABI Logistique, KIABI Logistique Hem et Bunsha. Les accords conclus valent pour ces sociétés françaises dont la législation et les obligations sont particulières. Les autres pays font de même en fonction de leur législation. Sur 2021, aucun accord n'a été conclu concernant la situation sanitaire mais des CSE extraordinaires ainsi que des CSSCT plus réguliers ont été organisés.

En 2021, pour les accords UES :

- o Accord portant sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes 2021 – 2024 signé le 01/09/2021
- o Accord handicap 2021/2023 signé le 23/06/2021
- Le sujet de la diversité est traité dans le paragraphe « La diversité : clé du bien être et de la performance au travail »
- Le sujet du handicap est traité dans le paragraphe « La diversité : clé du bien être et de la performance au travail »
- Le sujet du respect du bien-être animal jugé non pertinent car nous ne concevons :
  - o 0,04% des accessoires et chaussures contenant du cuir sur achats 2021
  - o 0,65% (de tous nos quantités achetées hors chaussures) des collections ÉTÉ et HIVER 2021 contiennent de la laine non majoritaire (issu tableau matière 2021)
  - o pas de vêtement contenant de la fourrure.

- Le sujet de la lutte contre le gaspillage alimentaire jugé non pertinent au vu de notre activité
- Le sujet de la lutte contre la précarité alimentaire jugé non pertinent au vu de notre activité
- L'alimentation responsable, équitable et durable jugé non pertinent au vu de notre activité
- Les actions visant à promouvoir les activités physiques et sportives jugées non pertinentes car nous ne concevons que 3% de vêtements typés sportswear

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

- Les données sociales, sociétales et environnementales portent sur la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2021.
- Les données collections sont basées sur la période d'achat des collections été et hiver 2021.

### CONTEXTE ET MODÈLES D'AFFAIRES

#### Fournisseurs de rang 1 :

Fournisseurs de confection, c'est-à-dire avec lesquels nous travaillons en direct pour la fabrication de nos produits griffés KIABI\*.

#### Fournisseurs de rang 2 :

Ce sont les fournisseurs de nos fournisseurs : des filateurs, des tisseurs, des tricoteurs, des teinturiers, des délaveurs, des fournisseurs d'accessoires comme des boutons, des fermetures... Ils se classent en deux catégories : les « nominés » auprès desquels nous référençons des matières premières standard et les « non nominés » auprès desquels ce n'est pas le cas.

#### Corners 2<sup>de</sup> main :

Il s'agit d'un espace magasin semi ouvert dans lequel on propose une offre de seconde main : une offre de vêtements d'occasion qui trouvent ainsi un second propriétaire et une seconde vie, prolongeant leur durée d'utilisation.

**Salariés actionnaires :** 60,67 % des actionnaires salariés (4473 collaborateurs salariés sur 7372 collaborateurs éligibles sur les entités française, italienne et espagnole).

Voici le détail :

- France : 3801 collaborateurs salariés sur 6024 collaborateurs éligibles,
- Italie : 67 collaborateurs salariés sur 400 collaborateurs éligibles,
- Espagne : 605 collaborateurs salariés sur 948 collaborateurs éligibles.

#### Gouvernance et stratégie du groupe KIABI :

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.

#### Vision :

Projection de l'ambition et des missions du groupe à horizon de 10 ans. Ces éléments structurent ensuite les plans pluri-annuels et les feuilles de route annuelles du groupe et des différents filiales et services.

#### Cartographie des risques :

La cartographie des risques extra-financiers a été revue en 2020. Exhaustive et représentative des enjeux d'aujourd'hui, tenant notamment compte des événements récents (pandémie...), elle ne sera revue que courant 2022.

- Cette cartographie a été coconstruite entre l'équipe RSE et l'équipe d'audit interne et a été élaborée selon plusieurs étapes :
- Élaboration 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 par le directeur développement durable. Il en ressort les risques exposés dans la partie Stratégie et gouvernance que nous monitorons via les indicateurs évoqués dans le rapport.

### POUR UNE MODE PLUS RESPONSABLE

#### LE BILAN CARBONE ET BIODIVERSITÉ

#### Biodiversité (source I Care, bilan biodiversité KIABI 2020)

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

#### Bilan biodiversité, principales pressions (source Millennium Ecosystem assessment, 2005) :

- Dégradation des habitats : destruction, fragmentation ou 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
- Surexploitation des ressources biologiques : prélèvements au-delà de la capacité de renouvellement du stock (ex : pêche, forêt, grands mammifères)
- Espèces invasives : leur introduction, intentionnelle ou non, dans un écosystème, en dehors de leur milieu d'origine, perturbe l'équilibre local

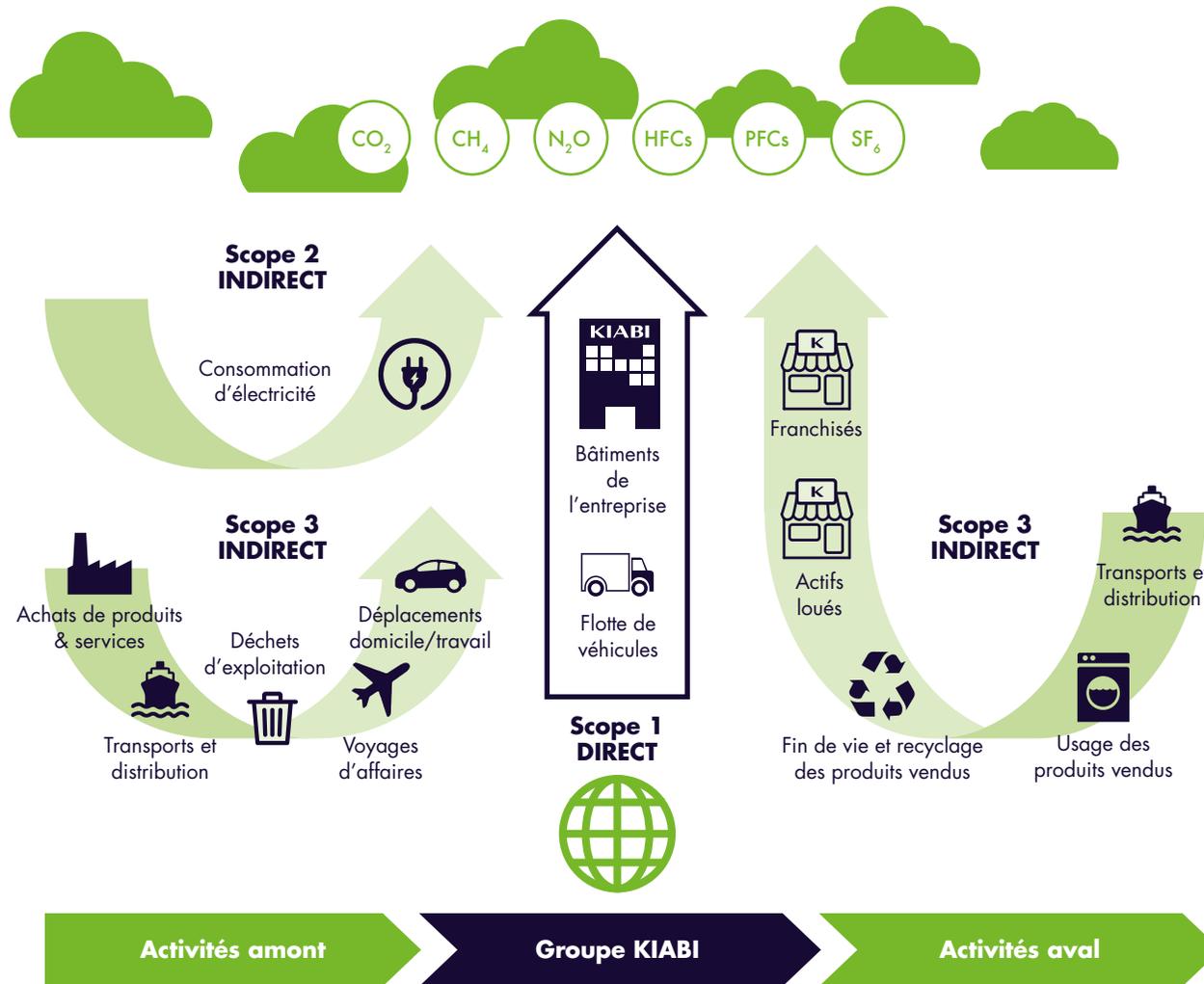
**Bilan carbone, le scope 1 / 2 / 3 :**

couvre les émissions directes (scope 1), les émissions indirectes liées aux énergies (scope 2) et les autres émissions indirectes (scope3)

Voir pdf I Care page 5

**Gaz à effet de serre :**

composants gazeux qui absorbent le rayonnement infrarouge émis par la surface terrestre et contribuent ainsi à l'effet de serre. (source : Wikipédia)



(source I Care and Consult, adapted from GHG Protocol)

**LE CYCLE DE VIE DES PRODUITS**

**Conception produit :**

- 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).

- 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.

- 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.

### LES FIBRES TEXTILES sont catégorisées de la manière suivante :

Les fibres naturelles

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

- Coton : utilisé chez KIABI.
- Lin : utilisé chez KIABI.
- Jute, chanvre : non utilisés chez KIABI.
- Latex provenant du tissu laticifère de l'hévéa : non utilisé chez KIABI.
- Sisal provenant de la feuille : non utilisé chez KIABI.

- Les fibres animales ne sont pas reprises ici car pas utilisées chez KIABI (exceptée pour la laine à 0,65% de nos quantités achetées, hors chaussures et produits spécifiques web).

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 fibres artificielles fabriquées à partir de matières premières naturelles sont les suivantes :

- Viscose et viscose plus durables (Tencel, Lyocell, Ecovero) : utilisée chez KIABI.
- Cupro : non utilisé chez KIABI.

### Les différents types de coton repris :

- Coton en conversion : nous avons déjà fait un point sur le coton en conversion dans le corps du rapport.

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

- 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 recyclé : coton issu du recyclage de vêtements en coton ou de chutes de textile en coton. Après avoir découpé et défibré les étoffes, les fibres récupérées sont filées de nouveau.

- Coton conventionnel : coton produit par les méthodes d'agriculture conventionnelle avec un apport d'eau important et l'utilisation de pesticides et engrais artificiels.

*Source des infos : Tricots et tissus de Pierre Hirsch aux éditions Olifant (1988) Better Cotton Initiative, Global standard GmbH. Changement de méthodologie de l'indicateur % de produits éco-conçus : en 2019, KIABI traçait le pourcentage de pièces éco-conçues vendues vs achetées en 2020 pour un meilleur pilotage.*

### Analyse de cycle de vie (ACV) d'un produit :

Définition : 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.

A chaque étape, les impacts environnementaux sont définis et peuvent ainsi être comparés.

- Bases de données : celles du logiciel EIME de Veritas CODDE®, ECOINVENT et la base IMPACT®

- Méthodologie utilisée pour l'ACV du denim DRE32 en 2020 :

- Nous avons listé les matières, procédés industriels, accessoires et emballages du produit DRE32 coloris noir et demandé à notre fournisseur d'évaluer les consommations pour une commande donnée, ceci pendant la production.
- Pour évaluer l'impact de la consommation des matières premières, nous nous sommes basés sur les informations portées sur l'étiquette de composition du produit.
- Notre service import/transport interne a également analysé l'impact des transports (km, poids, mode de transport)
- Enfin, nous avons intégré les données standard du logiciel pour calculer les impacts en fin de vie.

## LE TRANSPORT DES PRODUITS

### Fret 21 :

Démarche conjointe de l'AUTF (Association des Utilisateurs de Transport de Fret) et de l'Ademe (Agence De l'Environnement et de la Maitrise de l'Energie) qui a pour objectif d'inciter les entreprises agissant en qualité de donneurs d'ordre des transporteurs à mieux intégrer l'impact des transports dans leur stratégie de développement durable.

Le calcul de nos émissions de gaz à effet de serre liées au transport a été réalisé grâce à l'outil mis à disposition dans le cadre de la démarche FRET 21.

- Entrepôts logistiques. Nos entrepôts se situent à Lauwin Planque dans le Nord de la France et à La Bisbal del Penedes (près de Barcelone, Espagne)
- Plateforme logistique/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 11 en France/Belgique et 1 en Italie.

### La gestion des invendus :

- Soldeurs : fripiers, achetant des stocks d'invendus pour les revendre sur des marchés. Dans le cadre de notre partenariat, les soldeurs revendent dans des pays où ne sommes pas distributeurs.
- Market place d'écoulement : alternative aux soldeurs, gérée par un partenaire dans le but d'écouler les produits KIABI sur une plateforme internet.

## LA CONFORMITÉ DES USINES ET DES PRODUITS

### 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 Group

AFIRM Group permet d'offrir une tribune pour faire progresser la gestion mondiale des substances d'usage restreint dans les vêtements et les chaussures, de communiquer de l'information sur la RSL (Restricted Substance List) à la chaîne d'approvisionnement, discuter des préoccupations et échanger des idées pour améliorer la gestion de la RSL.

### STANDARD 100 by OEKO-TEX® :

Le label Standard 100 by OEKO-TEX® - confiance in textile est délivré par un organisme indépendant et garantit un taux de produits chimiques nocifs dans nos produits certifiés inférieur aux limites dangereuses pour la santé des utilisateurs.

## VERS UNE CONSOMMATION PLUS RESPONSABLE

### Reforest'action :

- Carbone stocké : Un arbre stocke environ 150 kg de CO<sub>2</sub> sur 30 ans. Cette donnée émane de la méthode de calcul définie dans l'ouvrage « Forêt et Carbone » édité en 2015 en prenant pour référence un exemple de projet de plantation en forêt française suivant le mode de gestion durable le plus répandu. Le résultat obtenu donne une quantité de CO<sub>2</sub> stocké par hectare. Dans un souci de vulgarisation, nous avons ramené ce chiffre à l'arbre en prenant la densité moyenne de plantation de nos projets. Il est toutefois intéressant de noter qu'en zones tropicales, un arbre stocke environ 300 kg de CO<sub>2</sub> sur 30 ans (« Atlas des forêts dans le monde », Boulier et Simon, 2010). Nous gardons toutefois le chiffre de 150 kg de CO<sub>2</sub> stocké par arbre afin de ne pas surestimer notre impact sur le climat.
- Nombre d'abris créés pour la biodiversité : Une étude de l'IRSTEA parue dans le Biological Conservation établit des corrélations entre l'essence d'un arbre et le nombre de micro-habitats qu'il abrite au sein de son écorce, de ses branches ou de ses cavités. Un arbre feuillu fournit ainsi en moyenne 3 abris pour animaux, et un résineux fournit en moyenne 2,5 abris pour animaux.
- Mois d'oxygène créés : Selon Thomas Similowski, un expert pneumologue de l'APHP, une personne adulte consomme environ 700 g d'O<sub>2</sub> par jour. Or, d'après nos experts forestiers, un arbre produit entre 20 et 150 kg d'O<sub>2</sub> par an. Afin de couvrir les besoins d'une personne en oxygène pendant un an, 3 arbres en moyenne sont donc nécessaires. On obtient ainsi l'équivalence d'un arbre planté pour 4 mois d'oxygène
- Emplois créés : D'après un article de la FAO paru en 2009 dans la revue Unasylva – 233 - « Créer des emplois forestiers pour stimuler l'économie et construire un avenir vert », les activités de boisement et de reboisement sont les meilleures opportunités de création d'emplois. Dans le cas d'activités de boisement ou reboisement, 5 millions d'hectares plantés annuellement créent 4 à 5 millions d'emplois équivalent temps plein (soit 35 heures hebdomadaires). En moyenne, une personne travaillera une heure sur un arbre pendant un an, dans le cas d'une parcelle à 1000 arbres/ha de densité.

## POUR UNE MODE PLUS INCLUSIVE

### « LE PETIT MAGASIN » LE SOCIAL BUSINESS DE KIABI

#### Grand Prix de la Good économie :

Le Grand Prix de la Good Économie récompense les meilleures initiatives d'entreprises engagées pour une transformation écologique, sociale et solidaire de leurs activités, au service du Bien Commun.

Cet événement est organisé par « The Good », média référent BtoB de la transformation écologique, sociale et solidaire des marques et des entreprises. Lancé en septembre 2020, The Good interroge ceux qui s'engagent pour faire muter durablement les modèles d'affaires, décrypte les bonnes pratiques, et met en avant des idées nouvelles et les meilleures initiatives, pour inspirer et insuffler les transformations dont la planète et ses habitants ont besoin. The Good s'inscrit dans une démarche positive, pour accompagner durablement les équipes dirigeantes d'entreprises vers un horizon plus responsable et engagé, vers la Good Economie.



#### 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 d'un 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.



#### POEC (Préparation Opérationnelle à l'Emploi Collective) :

La POEC vise l'accès rapide à un emploi durable (CDI, CDD ou contrat de professionnalisation d'au moins 12 mois, contrat d'apprentissage). D'une durée relativement longue, de 400 heures maximum, et comprenant un temps d'immersion en entreprise, la POEC est reconnue pour son efficacité dans l'insertion professionnelle des demandeurs d'emploi.

#### LA DIVERSITÉ, CLÉ DU BIEN-ÊTRE ET DE LA PERFORMANCE AU TRAVAIL

#### 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)

## DES KIABERS AU CŒUR DE LA MODE

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. Toutefois, certains indicateurs décrits ci-après ont été calculés pour une partie des sociétés juridiques uniquement. Ces champs d'application sont mentionnés pour chacun des indicateurs ci-après.

Les bases de calcul de la majorité des indicateurs quantitatifs France sont issues de notre logiciel de paie SMART RH (anciennement HR Access). Pour les autres pays, nous utilisons des logiciels différents ou avons recours à des prestataires de paie.

Définitions des indicateurs repris :

#### Effectifs au 31/12/2021 :

Il s'agit du nombre total de Kiabers (CDD / CDI et alternants) présents au 31/12/2021. Les Kiabers sont classés en fonction de leur sexe, de leur âge, de leur temps de travail (temps plein / temps partiel), de leur typologie de contrat (CDD, CDI) et de leur CSP (Management = Cadres - Employés = Employés + Agents de maîtrise).

Ok tous pays KIABI.

#### Turnover :

La formule de calcul utilisée pour le turnover est la suivante :

-  $(\text{Nb de départs CDI sur l'année N} + \text{nb d'embauches CDI sur l'année N}) / 2$  / effectif CDI au 1er janvier de l'année N.

- Nous entendons par départs : nb de personnes ayant quitté l'une de nos entités au cours de l'année. Les départs au 31/12 ne sont pas pris en compte comme départs sur l'année N mais bien sur l'année N+1.
- Nous entendons par embauche : nb de personnes embauchées au cours de l'année en contrat à durée indéterminée. 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.

Valable pour tous les pays dans lesquels KIABI est présent.

**Contrat temps plein / temps partiel :**

Un temps partiel est entendu dès lors que le Kiaber a une durée inférieure au temps de travail légal du pays. Pour la France c'est une base 35h, au Portugal c'est 40h par exemple.

*Valable pour tous les pays dans lesquels KIABI est présent.*

Taux d'absentéisme : Il correspond au nombre de jours d'absences calendaires par rapport au nombre de jours calendaires théoriquement travaillés.

- 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 – vacances – jours fériés.
- 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.

Attention :

- Pour la 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.
- Pour l'Italie, le calcul s'effectue sur des heures et non des jours d'absences.

Ces deux BU ne sont pas reprises dans le calcul du taux monde.

*Valable pour tous les pays dans lesquels KIABI est présent.*

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

Cet indicateur reprend le nombre d'accidents de travail avec arrêt survenus au cours de l'année N et se calcule de la manière suivante : nombre d'accidents de travail avec arrêt x 1 000 000 / Nombre d'heures de travail payées.

- Ils sont classés par type d'activités : magasin, siège, entrepôt, foncière.
  - Les accidents de trajet ne sont pas compris dans ce calcul.
- Valable pour tous les pays dans lesquels KIABI est présent.*

**Taux de maladies professionnelles :**

Cet indicateur se calcule comme suit : Il reprend le Nombre de maladies professionnelles déclarées par la CPAM (pour la France) ou à d'autres organismes d'Etat (pour les autres pays) durant l'année N / Nombre d'employés au 31/12 de l'année N.

*Valable pour tous les pays dans lesquels KIABI est présent.*

**Taux de collaborateurs à capacité différente :**

Cet indicateur est calculé selon la formule suivante : Nombre de Kiabers reconnus handicapés au 31/12 de l'année N / le nombre total de Kiabers au 31/12 de la même année.

*Valable pour tous les pays dans lesquels KIABI est présent.*

**Formations :**

- Le nombre d'heures de formation suivies doit être validé par une feuille de présence signée par le collaborateur formé. Les heures de e-learning, les formations données par des Kiabers en interne ou via des prestataires externes sont intégrées à ce calcul.

*Valable en France, Espagne, Portugal et pays d'Asie.*

- Le % de Kiabers formés reprend le nombre de collaborateurs formés évoqué ci-avant rapporté au nombre de salariés présents au 31/12 de l'année N.

*Valable en France, Espagne, Italie, Portugal.*

- Le nombre moyen d'heures de formation par collaborateur formé est calculé comme suit : Heures totales de formation / Nombre de collaborateurs formés

*Valable en France, Espagne, Italie, Portugal.*

**NOS PARTENAIRES : ACTEURS DE NOTRE DÉMARCHE SOCIALE****Worker Right Consortium :**

Le Worker Rights Consortium mène des enquêtes indépendantes et approfondies, publie des rapports publics sur les usines produisant pour les grandes marques et aide les travailleurs de ces usines dans leurs efforts pour mettre fin aux abus en matière de travail et défendre leurs droits sur le lieu de travail.

**L'audit social :**

C'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...

**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)

**La Business Social Compliance Initiative (BSCI) :**

Ou « initiative de conformité sociale en entreprise » est un service axé sur les entreprises fourni par la Foreign Trade Association (FTA) aux détaillants, importateurs et marques qui s'engagent à améliorer les conditions de travail dans leurs chaînes d'approvisionnement internationales. Elle propose aux entreprises un code de conduite commun et un plan d'action s'appliquant à tous les secteurs et à tous les pays de production.

**La Business Environmental Performance Initiative (BEPI) :**

Ou « initiative sur la performance environnementale des entreprises » est un service axé sur les entreprises fourni par la Foreign Trade Association (FTA) aux détaillants, importateurs et marques qui s'engagent à améliorer la performance environnementale de leurs usines et exploitations agricoles dans le monde entier. La BEPI fournit un cadre pratique qui peut aider tous les secteurs de produits dans tous les pays à réduire leur impact environnemental, les risques commerciaux et les coûts grâce à des pratiques environnementales améliorées.

**Sont exclus du scope d'audits de conformité sociale et environnementale sur 2021 :**

- Les fournisseurs Rang 1 pour les articles non griffés KIABI vendus uniquement sur notre site web qui sont sourcés auprès de fournisseurs spécifiques. Ces exclusivités représentent 1,1% 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 en fonction de la localisation du bureau d'achat qui les gère. Les usines, quant-à-elles, sont répertoriées sur la 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.

# ANNEXES 1 : NOS INDICATEURS DE PERFORMANCE

## ENVIRONNEMENT

CHANGEMENT CLIMATIQUE	2018	2019	2020	2021
Emission eq CO2 (en T)	2,8			

CONCEPTION PRODUIT	2018	2019	2020	2021
% offre éco-conçue (en pièces)		19%	34%	66%
% de matières plus durables (en pièces)			32%	64%
- Coton bio			26%	51%
- Coton BCI			4%	6%
- Coton en conversion			0%	0%
- Coton recyclé			0%	1%
- Lin, chanvre...			0%	1%
- Laine			0%	0%
- Matières synthétiques recyclées (polyester, polyamide, acrylic)			1%	3%
- Matières cellulosiques plus durables (Ecovero, Lyocell, Tencel...)			1%	1%
Part des matières (en poids)				
- Coton			67%	70%
- Polyester			19%	19%
- Viscose				6%
- Polyamide			3%	3%
- Autres			11%	2%
% matières recyclées (en poids)			1%	5%
% produits textiles mono composition	45%	46%	47,70%	50,60%
% denim en coton recyclé			1%	15%
% denim eco wash		29%	42%	80%

CONFORMITÉ PRODUITS	2018	2019	2020	2021
Produits ayant fait l'objet d'une alerte		52	39	48
Nb de produits retirés de la vente		20	12	15
Nb de rappel produits auprès de nos clients		2	2	1

TRANSPORTS	2018	2019	2020	2021
% des quantités expédiées par pays de production				
- Bangladesh	34%	37%	39%	41%
- Chine	29%	26%	26%	28%
- Inde	18%	16%	13%	12%
- Cambodge	8%	7%	6%	6%
- Pakistan	2%	3%	4%	5%
- Myanmar	3%	6%	6%	2%
- Indonésie	3%	2%	2%	3%
- Vietnam	2%	1%	1%	1%
- Turquie	1%	1%	2%	3%
- Ethiopie	0%	0%	0%	0%
- Sri Lanka	0%	0%	0%	0%
- Maroc	0%	0%	0%	0%
% Grand import	95%	95%	96%	96%
% Importateurs	5%	5%	4%	4%
Transport amont				
- Départ pays d'origine				
- Maritime	93%	92%	87%	90%
- Aérien (dont maritime + aérien)	5%	5%	10%	6%
- Ferrovière	1%	1%	1%	1%
- Route	1%	2%	2%	4%
- Arrivée Europe				
- Route	82%	72%	65%	89%
- Multimodal (train + barge)	18%	28%	35%	11%

FIN DE VIE	2018	2019	2020	2021
Tonnes de textile collectées	38	112	119	180
% tonnes collectées sur tonnes mises sur le marché en N-2				0,6%

 Non disponible

 Donnée non validée

## SOCIÉTAL

PETITS MAGASINS : BUSINESS SOLIDAIRE	2018	2019	2020	2021
Nb d'ouvertures	0	0	3	6
Nb total de Petits Magasins	1	1	4	10
Pièces de dons de vêtements			100 000	427 740
Nb de parrains et tuteurs				33
Heures de formation octroyées par des Kiabers à des personnes en insertion				1 541
Nb de personnes en parcours d'insertion				36
Nb de familles bénéficiaires				27
Nb de pièces vendues				94 748
Nb d'emplois créés				18

FONDS DE DOTATION : KIABI LIFE	2018	2019	2020	2021
Dons aux associations partenaires				106 430
Bénéficiaires				10 000
Nb de Kiabers impliqués				6 850

ACTIONS SOLIDAIRES	2018	2019	2020	2021
Reversés à des associations par les entités du groupe				984 216
Reversés à des associations via nos clients				1 063 000
Arbres plantés en collaboration avec Reforest' Action				500 000

DIVERSITÉ	2018	2019	2020	2021
<b>% de collaborateurs à capacité différente</b>				<b>2,80%</b>
- Territoire France		5,40%	5%	3,60%
- Espagne		3,50%	2,90%	3,20%
- Italie		2,80%	0,90%	1,30%
- Portugal		0%	0%	0%
- Belgique		0%	0%	0%
- Russie		0,9%	0,9%	0,8%
- Asie		0,3%	0,3%	0,3%
Index égalité hommes femmes (France)	93	97	92	98

## SOCIAL

	2018	2019	2020	2021
<b>Effectifs</b>	<b>10315</b>	<b>10052</b>	<b>9155</b>	<b>9107</b>
- % management				18%
- % employés				82%
- % hommes				18%
- % femmes				82%
- % temps plein				54%
- % temps partiel				46%
- % âge < 30 ans				41%
- % âge 30-50 ans				47%
- % âge > 50 ans				12%
- % CDD				19%
- % CDI				81%

<b>Effectifs détaillés par pays</b>	2018	2019	2020	2021
- Territoire France	6426	6508	6204	6026
- Espagne	1532	1513	1262	1255
- Italie	609	579	533	616
- Portugal	53	99	67	98
- Belgique	208	303	246	294
- Russie	816	653	545	517
- Asie	572	306	298	301
- Brésil	99	91		

<b>Satisfaction Kiaber (GPTW)</b>	2018	2019	2020	2021
<b>Satisfaction Kiaber (GPTW)</b>	<b>81%</b>			<b>73%</b>
- Territoire France	81%			71%
- Espagne	85%			79%
- Italie	84%			77%
- Portugal				89%
- Belgique				82%
- Russie	78%			76%
- Asie	74%			Donnée non consolidée Asie

	2018	2019	2020	2021
<b>Turnover</b>				<b>9,70%</b>
- Territoire France	16%	18,0%	10,6%	14,4%
- Espagne		10,0%	3,1%	15,4%
- Italie		9,0%	6,8%	5,9%
- Portugal		97,8%	42,6%	56,1%
- Belgique			8,0%	18,5%
- Russie			26,7%	45,2%
- Asie		0,7%	0,9%	0,9%
<b>FORMATION</b>				
<b>Nb d'heures de formation dispensées</b>			<b>59757</b>	<b>97040</b>
- Territoire France	78023	78623	48933	56803
- Espagne			5900	21129
- Italie			1107	2690
- Portugal		1548	4435	2137
- Belgique			278	
- Russie			1210	11038
- Asie		8695	1364	3243
<b>% des collaborateurs formés</b>				<b>98%</b>
- Territoire France	70%	79%	80%	99%
- Espagne			27%	
- Italie			41%	100%
- Portugal			35%	63%
- Belgique		72%	100%	
- Russie			40%	
- Asie				
<b>Nb d'heures de formation par collaborateur formé</b>				<b>9</b>
- Territoire France		12	10	10
- Espagne			18	
- Italie			5	6
- Portugal		22	66	36
- Belgique			3	
- Russie			6	
- Asie		5	3	
<b>Nb de personnes formées dans nos écoles internes</b>			<b>403</b>	<b>591</b>

	2018	2019	2020	2021
<b>Maladies professionnelles</b>				<b>0,6%</b>
- Territoire France	0,3%	0,5%	0,4%	0,5%
- Espagne		0,3%	0,2%	0,2%
- Italie		0,0%	0,0%	0,0%
- Portugal		0,0%	0,0%	0,0%
- Belgique		0,0%	0,0%	0,0%
- Russie		0,0%	0,0%	0,0%
- Asie		0,0%	0,0%	0,0%

	2018	2019	2020	2021
<b>Absentéisme</b>				<b>5,3%</b>
- Territoire France	10%	5,0%	5,2%	5,5%
- Espagne		5,4%	6,5%	6,0%
- Italie		1,6%	2,0%	2,6%
- Portugal			31,8%	21,9%
- Belgique			3,2%	
- Russie			2,1%	4,1%
- Asie		0,7%	0,6%	0,8%

	2018	2019	2020	2021
<b>Taux de fréquence des accidents du travail</b>				<b>15,41</b>
- Territoire France	40,65	22,14	16,02	17,21
- Espagne			14,07	
- Italie			5,15	3,26
- Portugal			541,13	
- Belgique				4,91
- Russie				
- Asie			374,60	

Non disponible  Donnée non validée

## CONFORMITÉ USINES

FOURNISSEURS	2018	2019	2020	2021
<b>Nombre de fournisseurs de rang 1</b>	<b>150</b>	<b>137</b>	<b>138</b>	<b>144</b>
Chine	63	60	63	54
Bangladesh	21	23	22	23
Inde	20	15	17	21
Indonesie	3	1	1	1
Pakistan	4	5	6	6
Turquie	4	5	7	17
Maroc	5	5	4	4
Importateurs européens	30	22	18	17
Sri Lanka		1		1
<b>Nombre de fournisseurs de rang 2</b>		<b>181</b>	<b>253</b>	<b>219</b>
Chine		27	25	26
Bangladesh		138	209	169
Inde		16	19	17
<b>Nombre de fournisseurs de rang 2 wet process</b>		<b>64</b>	<b>67</b>	<b>64</b>
Chine		9	7	8
Bangladesh		41	45	46
Inde		14	15	10

USINES	2018	2019	2020	2021
<b>Nombre d'usines de rang 1</b>		<b>414</b>	<b>387</b>	<b>405</b>
Chine			103	112
Bangladesh			64	61
Inde			42	49
Indonesie			1	1
Pakistan			7	7
Turquie			16	23
Maroc			4	4
Importateurs européens			111	106
Sri Lanka			1	1
Ethiopie			1	1
Vietnam			3	4
Cambodge			18	17
Myanmar			16	19

USINES	2018	2019	2020	2021
<b>Nombre d'usines de rang 2</b>		<b>434</b>	<b>519</b>	<b>428</b>
Chine		141	155	166
Bangladesh		138	209	140
Inde		92	89	74
Indonesie		6	6	1
Pakistan		9	14	17
Turquie		17	17	20
Maroc		13	16	1
Importateurs européens		8	7	0
Sri Lanka		0	0	2
Vietnam		0	0	1
Cambodge		4	3	4
Myanmar		6	3	0
Other (Thailand 1, Germany 1)		0	0	2
<b>Nombre d'usines de rang 2 wet process</b>		<b>179</b>	<b>168</b>	<b>151</b>

 Non disponible

FORMATION CODE DE CONDUITE	2018	2019	2020	2021
% de fournisseurs de rang 1 formés à notre code de conduite	71%	79,6%	96,4%	91,0%

CONFORMITÉ ENVIRONNEMENTALE	2018	2019	2020	2021
<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>
Chine	6	17	54	56
Bangladesh	19	32	30	43
Inde	0	0	4	19
Indonesie	0	0	0	1
Pakistan	0	0	1	14
Turquie	0	0	0	3
Cambodge	0	0	1	2
Nombre d'audits environnementaux d'usines de rang 1 au total	8	6	8	24
Poids des audits environnementaux d'usines de rang 1 sur le total	32%	12%	9%	17%
Nombre d'audits environnementaux d'usines de rang 2 au total	17	43	82	114
Poids des audits environnementaux d'usines de rang 2 sur le total	68%	88%	91%	83%
Nombre d'audits environnementaux d'usines de rang 2 wet process au total		43	78	111
Poids des audits environnementaux d'usines de rang 2 wet process sur le total		88%	87%	80%
% d'usines de rang 2 aux procédés très consommateurs d'eau auditées		24%	46%	74%
% de conformité (conforme + non conformités mineures) des audits environnementaux (usines de rang 1 et 2)				87%

CONFORMITÉ SOCIALE	2018	2019	2020	2021
<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>
Chine	218	255	288	328
Bangladesh	113	206	215	244
Inde	167	145	104	163
Indonesie	4	1	2	4
Pakistan	11	20	25	37

CONFORMITÉ SOCIALE (SUITE)	2018	2019	2020	2021
Turquie	9	21	27	78
Maroc	19	14	13	4
Importateurs européens	5	125	123	106
Sri Lanka	5	2	2	7
Ethiopie	0	1	1	0
Vietnam	6	6	6	5
Cambodge	28	21	12	22
Myanmar	18	18	14	15
Other (Allemagne, Egypte et Thailand)	4	0	0	3
Nombre d'audits sociaux d'usines de rang 1 au total	493	626	572	623
Poids des audits sociaux d'usines de rang 1 sur le total	81%	75%	69%	61%
Nombre d'audits sociaux d'usines de rang 2 au total	114	209	260	393
Poids des audits sociaux d'usines de rang 2 sur le total	19%	25%	31%	39%

% de conformité (conforme + non conformités mineures) des audits sociaux (usines de rang 1 et 2)	89,7%	95,8%	96,5%	98,4%
Chine		94,1%	97,6%	98,8%
Bangladesh		97,1%	97,7%	98,4%
Inde		93,8%	84,6%	96,9%
Indonesie		100%	100%	100%
Pakistan		100%	100%	100%
Turquie		100%	100%	98,7%
Maroc		100%	100%	100%
Importateurs européens		99,2%	99,2%	98,1%
Sri Lanka		100%	100%	100%
Ethiopie		100%	100%	
Vietnam		83,3%	100%	100%
Cambodge		95,2%	100%	100%
Myanmar		88,9%	100%	100%
Other (Allemagne, Egypte et Thailand)				100%

Non disponible

# ANNEXES 2 : DÉTAIL DES ACCORDS COLLECTIFS PAR PAYS

## FRANCE

TYPE D'ACCORD	THÉMATIQUE	SOCIÉTÉ CONCERNÉE	OBJECTIFS DE L'ACCORD	KPI DE L'ACCORD	SUIVI EN COMMISSION AVEC NOS ÉLUS
Bien être déconnexion	Bien être au travail	UES	Maintenir l'équilibre entre la qualité de vie du collaborateur et la performance de l'entreprise	Enquête GPTW	1 fois / an
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
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
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
Génération / Accord GPEC	Inclusion	UES	Faciliter l'insertion durable des jeunes dans l'emploi, favoriser l'embauche et le maintien dans l'emploi des salariés âgés, assurer la transmission des savoirs et des compétences	Exemples : - Recrutement d'au moins 500 jeunes de moins de 26 ans en CDI - Taux de collaborateurs ayant plus de 55 ans (objectif 2,5% de l'effectif total)	1 fois/an
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
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
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
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
Accord intéressement	Pouvoir d'achat	UES		Non	Non
Accord participation	Pouvoir d'achat	UES		Non	Non
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

## 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	KIABI Espagne	Règles et règlements pour favoriser l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle	Turnover & Absentéisme	3 fois /an
Accord «Benefits»	Bien être au travail	KIABI Espagne	Avantages tels que des congés majorés, des anniversaires, des congés de maternité/paternité...		
Déconnexion Digital	Equilibre vie professionnelle / vie personnelle	KIABI Espagne	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	KIABI Espagne	Accès à prix réduits à des services tels que restaurants, cinémas, gym...	Tx. Participation	1 fois /an
Plan égalité et diversité	Egalité hommes femmes	KIABI Espagne	Garantir, promouvoir et animer l'égalité professionnelle entre collaborateurs quel que soit leur sexe.	Turnover & Absentéisme	1 fois /an
Aide à l'uniformité	Pouvoir d'achat	KIABI Espagne	Bonus aux équipes pour l'achat de vêtements KIABI pour leur poste de travail	Tx. Participation	2 fois /an
Rémunération flexible	Pouvoir d'achat	KIABI Espagne	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	KIABI Espagne	Accord avec des associations pour l'insertion professionnelle des groupes défavorisés	eNPS & Tx Engagement	4 fois /an
Comite KIABI Live	Inclusion	KIABI Espagne	Développement d'actions en faveur de la qualité de vie des publics défavorisés avec l'implication des Kiabers	eNPS & Tx Engagement	3 fois /an
Actionariat	Pouvoir d'achat	KIABI Espagne	Possibilité de participer au plan d'actionariat de KIABI	Tx. Participation	3 fois /an

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

## 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	SKiabi Italie / CIA	Garantir à la salariée un retour au travail serein à travers l'organisation du CODEV (groupe d'intelligence collective) pour les personnes en fin de congé maternité ou paternité	Enquête GPTW, résultats journée d'écoute RH, % turnover	
Congé Parental	Equilibre vie professionnelle / vie personnelle	Kiabi Italie / CIA	Accompagner et aider les salariées dans leur période de maternité. Si la période de congé facultatif est utilisée en continuité (6 mois), l'entreprise ajoute au 30% du salaire prévu par l'état une autre contribution de 30% du salaire.	Enquête GPTW, taux FP, % Turnover	
Avance TFR (Traitement fin travail)	Bien être au travail	Kiabi Italie / CIA	Possibilité pour le salarié de demander une avance du TFR dans certaines situations qui s'ajoutent aux cas prévus par la loi.	Enquête GPTW, % Turnover	
Congé special	Bien être au travail	Kiabi Italie / CIA	Congé spécial d'une semaine en cas de situation grave pour permettre aux collaborateurs de s'absenter sans problème quand ils en ont besoin	Enquête GPTW, taux FP, % Turnover	
Paiement de dimanches et journées de festivité travaillées	Pouvoir d'achat	Kiabi Italie / CIA	Application de majoration en sus de ce qui est prévu par le contrat commerce. Augmentation du pouvoir d'achat de nos collaborateurs.	Enquête GPTW, taux FP, % Turnover	
Attribution de trois weekend de congé que les salariés peuvent lier au début des semaines de vacances	Equilibre vie professionnelle / vie personnelle	Kiabi Italie / CIA	Améliorer l'équilibre vie pro / perso	Enquête GPTW, % Turnover	
Attribution des heures d'élasticité en plus par rapport au temps de travail hebdomadaire	Pouvoir d'achat	Kiabi Italie / CIA	Ajouter des heures aux salariés part time et augmenter le pouvoir d'achat de nos collaborateurs	Enquête GPTW, Taux FP, % Turnover	

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.

## 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	Kiabi Belgique	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	Kiabi Belgique	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

# ANNEXES 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 les informations non Financières et la Diversité - qui modifie le Code de Commerce espagnol - le texte de loi sur les sociétés de capitaux, approuvé par le décret-loi royal 1/2010, du 2 juillet, et la loi 22/2015, du 20 juillet, sur l'audit des comptes, en matière d'informations non Financières et Diversité.

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

Toutes les données communiquées concernent l'exercice 2021 (1er janvier - 31 décembre 2021) et l'exercice 2020. Elles ont fait l'objet d'une revue indépendante par Mazars.

## QUALITÉ ET ENVIRONNEMENT



KIABI détient le certificat 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.

o Énergie :

- Iberdrola : énergie 100% renouvelable (certificat de garantie d'origine dans tous nos magasins).
- Nous fixons des objectifs annuels de réduction de la consommation, en réalisant des réductions de puissance et en contrôlant les compteurs électriques en collaboration avec notre gestionnaire d'énergie CREO energía.

o Sur 2021, la consommation d'énergie de nos magasins s'est élevée à 14 087 210 kWh en hausse de 14,11% par rapport à 2020. Cette hausse s'explique essentiellement par le fait qu'en 2020, nos magasins ont été fermés sur Mars- Avril- Mai (confinement) ainsi qu'en octobre pour certains magasins (Catalogne, Asturias, Castilla y León).

- Remplacement des machines de climatisation plus efficaces, remplacement de l'éclairage LED, banques de condensateurs dans les nouveaux magasins.
- Politique de travail, numérisation des processus qui étaient auparavant réalisés sur papier (économie d'encre, d'énergie, de papier, etc.), et économies sur la mobilité vers le bureau (économie de carburant et réduction de la pollution).
- Des audits énergétiques réalisés dans chacun de nos magasins, dans lesquels des améliorations ont été identifiées dans nos installations.

o Consommables :

- Sacs pour clients : nous avons éliminé le plastique de nos sacs pour magasins, en les remplaçant par un modèle en papier 100% recyclé et certifié FSC (le papier provient de forêts gérées de manière responsable).
- Rouleaux thermiques : sans bpa.
- Cintres : matériau en plastique recyclé.

o Gestion des déchets :

- Nous avons autorisé les gestionnaires de déchets à se débarrasser du matériel qui ne sera plus utilisé dans le magasin, car il a été entièrement amorti et est désormais considéré comme un déchet.
- Séparation des déchets dans le magasin (plastique, carton et fraction résiduelle).
  - Toners : nous collaborons avec la société qui gère les cartouches et toners usagés.
  - Gestion des DEEE (déchets d'équipements électriques et électroniques) par un gestionnaire agréé.

o Emballage :

- KIABI adhère au SIG pour le recyclage des emballages afin de respecter la législation, également connu sous le nom de Point vert.

Adhésion aux plans de prévention des déchets d'emballages (PEP), un programme élaboré par Ecoembes, dans lequel nous mettons en œuvre de bonnes pratiques liées à la réduction de l'impact environnemental, à l'allègement des emballages, à l'utilisation de matériaux issus de processus de recyclage,...

## NOS ÉQUIPES



## EMPLOI

Depuis la création de la marque en France dans les années 1970, notre marque de fabrique est un engagement clair à faciliter la vie des gens. Dans notre cas, en démocratisant la mode, à petits prix, et pour toute la famille.

Et ce mot, FAMILLE, est au cœur de notre ADN. Nous nous occupons de nos employés comme s'ils faisaient partie de la famille, ce qui signifie que nous nous occupons aussi de leurs familles. Et de la même manière, nous, les Kiabers, prenons soin de nos clients et de notre écosystème, formant une grande communauté de personnes qui partagent le même objectif, les mêmes valeurs et les mêmes convictions.

“ **Faciliter la vie des familles en créant ensemble une mode responsable et des solutions durables.** ”

Cette phrase est celle qui donne du sens à notre nouvelle Vision 2030, et sur laquelle reposent toutes les actions que nous mettons en œuvre dans l'entreprise, tant pour les employés que pour les clients, les partenaires, etc. C'est le but, le phare, des Kiabers dans le monde, quel que soit le pays où nous nous trouvons.

Les tableaux suivants montrent la répartition des équipes Espagne sur une base consolidée. Les ventilations sont indiquées sur la base des effectifs au 31 décembre 2020 et 2021 respectivement.

## NOMBRE TOTAL ET RÉPARTITION DES EMPLOYÉS PAR SEXE, ÂGE ET CLASSIFICATION PROFESSIONNELLE

KIABI Espagne a terminé l'année 2021 avec un effectif de 1 257 personnes réparties dans tout le pays. Fin 2021, elle comptait 52 magasins, dont un en franchise, et des services centraux.

### NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS

#### Exercice 2021

Total headcount	Men	Women	% Men	% Women
<b>1255</b>	<b>182</b>	<b>1073</b>	<b>15%</b>	<b>85%</b>

#### Exercice 2020

Total Plantilla	Hombres	Mujeres	%Hombres	%Mujeres
<b>1224</b>	<b>178</b>	<b>1046</b>	<b>15%</b>	<b>85%</b>

### PAR CATÉGORIE PROFESSIONNELLE

#### Exercice 2021

Professional category	Men	Women	Total	% Men	% Women
Directors	4	3	7	43%	57%
Intermediate managers	43	110	153	72%	28%
Employees	135	960	1095	88%	12%
<b>Total</b>	<b>182</b>	<b>1073</b>	<b>1255</b>	<b>85%</b>	<b>15%</b>

#### Exercice 2020

Professional category	Men	Women	Total	% Men	% Women
Directors	4	3	7	43%	57%
Intermediate managers	48	113	161	70%	30%
Employees	126	930	1056	88%	12%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>1046</b>	<b>1224</b>	<b>85%</b>	<b>15%</b>

### PAR ÂGE

#### Exercice 2021

Age	Men	Women	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>

#### Exercice 2020

Age	Men	Women	Total
<25	19	101	120
25-35	85	433	518
36-55	68	500	568
>55	6	12	18
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>1046</b>	<b>1224</b>

## NOMBRE TOTAL ET RÉPARTITION DES TYPES DE CONTRATS DE TRAVAIL

Chez KIABI Espagne, nous nous engageons envers les personnes qui font partie de ce grand projet, et c'est pourquoi nous mettons tout en œuvre pour promouvoir la carrière professionnelle de chacun des Kibers. Chez KIABI, chacun est le protagoniste de son propre développement, travaillant sur des plans d'action individuels qui lui permettent d'accéder à de nouvelles responsabilités. Travailler chez KIABI signifie faire partie d'une entreprise qui se trouve dans un processus de 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 un Kiaber est une attitude, dont les qualités ou les comportements les plus représentatifs seraient :

1. Être un entrepreneur : prendre en charge votre développement dans l'entreprise, avoir votre propre voix, contribuer et proposer, quel que soit le rôle que vous assumez au sein de KIABI. Faire des erreurs, apprendre, réessayer et réussir (culture de l'erreur/apprentissage/droit). Les missions et la conduite de projets dans l'entreprise par les vendeurs, les chefs de magasin ou les services centraux, ou encore notre politique de mobilité interne, sont un exemple clair de la mise en œuvre de cette qualité.
2. Être généreux : PARTAGER, avec des majuscules ; connaissances, temps, ressources, avec des actions du Fonds de dotation KIABI, etc. Demandez et donnez de l'aide quand elle est nécessaire, avec humilité, et pour un objectif commun. Le programme d'actionnariat interne de l'entreprise a été lancé dans cette optique, afin de partager les succès avec les personnes les plus importantes de la famille des employés de KIABI.
3. Le service à la clientèle : notre raison d'être, le centre de toutes nos décisions et celui pour lequel nous travaillons tous comme un 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 la famille, pour les amis, pour les loisirs que chacun d'entre nous a, pour la planète, ... Vivez 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 : peu importe le rôle que vous occupez dans l'entreprise ; tout le monde est en relation avec les autres de manière simple et individuelle, indépendamment de la hiérarchie ou de l'organigramme. Nous encourageons une culture du retour d'information constructif permanent, fondée sur l'honnêteté et l'ambition de s'améliorer individuellement et en équipe.
6. Exigeant : avec soi-même et avec les autres. Parce que l'objectif collectif est au-dessus de l'individu, et que chacun donne le meilleur de lui-même, avec responsabilité, pour qu'il soit atteint.

## RÉPARTITION DES EMPLOYÉS SELON LE TYPE DE CONTRAT PERMANENT OU TEMPORAIRE, LE GENRE DE CONTRAT À TEMPS PLEIN ET/OU À TEMPS PARTIEL

### Exercice 2021

Contract type	Men	Women	Total
Full time employ.	57	178	235
Part time employ.	125	895	1020
<b>Total</b>	<b>182</b>	<b>1073</b>	<b>1255</b>

### Exercice 2020

Contract type	Men	Women	Total
Full time employ.	62	191	253
Part time employ.	116	855	971
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>1046</b>	<b>1224</b>

### Exercice 2021

Contract type	Unlimited	Fixed-Term	Total
Full time employ.	234	1	235
Part time employ.	684	336	1020
<b>Total</b>	<b>918</b>	<b>337</b>	<b>1255</b>

### Exercice 2020

Contract type	Unlimited	Fixed-Term	Total
Full time employ.	250	3	253
Part time employ.	766	205	971
<b>Total</b>	<b>1016</b>	<b>208</b>	<b>1224</b>

### Exercice 2021

Contract type	Men	Women	Total
Full time employ.	140	778	918
Part time employ.	42	295	337
<b>Total</b>	<b>182</b>	<b>1073</b>	<b>1255</b>

### Exercice 2020

Contract type	Men	Women	Total
Full time employ.	154	861	1015
Part time employ.	24	185	209
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>1046</b>	<b>1224</b>

## PAR TYPE DE CONTRAT ET PAR ÂGE

### Exercice 2021

Age	Full time	Part Time	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 2020

Age	Full time	Part Time	Total
<25	0	119	119
25-35	86	495	581
36-55	157	349	506
>55	10	8	18
<b>Total</b>	<b>253</b>	<b>971</b>	<b>1224</b>

### Exercice 2021

Age	Unlimited	Fixed-Term	Total	% Indefinido
<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>

### Exercice 2020

Age	Unlimited	Fixed-Term	Total	% Indefinido
<25	56	63	119	47%
25-35	463	112	575	81%
36-55	478	34	512	93%
>55	18	0	18	100%
<b>Total</b>	<b>1015</b>	<b>209</b>	<b>1224</b>	<b>83%</b>

## PAR TYPE DE CONTRAT ET CATÉGORIE PROFESSIONNELLE

### Exercice 2021

Professional category	Unlimited	Fixed-Term	Total	% Indefinido
Directors	7	0	7	100%
Intermediate managers	152	1	153	99%
Employees	759	336	1095	69%
<b>Total</b>	<b>918</b>	<b>337</b>	<b>1255</b>	<b>73%</b>

### Exercice 2020

Professional category	Unlimited	Fixed-Term	Total	% Indefinido
Directors	7	0	7	100%
Intermediate managers	160	1	161	99%
Employees	849	207	1056	80%
<b>Total</b>	<b>1016</b>	<b>208</b>	<b>1224</b>	<b>83%</b>

## NOMBRE DE LICENCIEMENTS PAR SEXE, ÂGE ET CLASSIFICATION PROFESSIONNELLE

### PAR TRANCHE D'ÂGE ET PAR SEXE

#### Exercice 2021

Age	Men	Women	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>

#### Exercice 2020

Age	Men	Women	Total
<25	0	0	0
25-35	1	1	2
36-55	3	8	11
>55	0	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>13</b>

### PAR CATÉGORIE PROFESSIONNELLE ET PAR SEXE

#### Exercice 2021

Professional category	Total
Directors	0
Intermediate managers	16
Employees	31
<b>Total</b>	<b>47</b>

#### Exercice 2020

Professional category	Total
Directors	7
Intermediate managers	-
Employees	6
<b>Total</b>	<b>13</b>

La stratégie de KIABI Espagne est de positionner les salaires et les avantages sociaux autour de la médiane du marché (la ligne au-dessus et au-dessous de laquelle se trouvent 50% des tendances de rémunération des organisations), 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 surtout 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'intention est de se situer au-dessus de la moyenne des entreprises du secteur. KIABI Espagne dispose d'un système de rémunération comprenant une rémunération fixe, une rémunération variable et des avantages sociaux. En plus de notre culture et de nos valeurs d'entreprise, nous offrons des possibilités de formation et de développement, ainsi qu'un environnement de travail chaleureux. Tout cela s'inscrit dans une approche globale de la rémunération. L'expérience professionnelle, un aspect moins tangible mais très valorisé par les employés, qui détermine dans une large mesure le sentiment d'appartenance, et qui implique des questions aussi variées que :

- Culture et valeurs
- Reconnaissance
- Égalité-Diversité-Inclusion
- 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
- Des 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 España se concentrent sur la création d'un environnement de travail de bien-être dans toutes ses dimensions : sécurité, physique, émotionnelle et financière, en offrant une formation adaptée aux différents postes occupés par nos équipes dès leur entrée dans l'entreprise.

En ce qui concerne le taux d'accident, en 2021, il y a eu 25 accidents du travail avec arrêt (en 2020, il y a eu 21 accidents du travail avec arrêt), tous mineurs. Le taux d'incidence (entendu comme le nombre d'accidents avec arrêt de travail pour 100 000 travailleurs affiliés) représente 1,32%, le taux d'incidence dans l'activité du commerce de détail étant de 1,6%. Les données correspondant au nombre d'accidents du travail avec arrêt, ventilées par sexe, sont présentées ci-dessous :

Sexo	2021	2020
Hombres	2	3
Mujeres	23	18
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>21</b>

## COVID 19 Plan d'urgence

Au cours de l'année 2021, le service de prévention des risques de KIABI Espagne a maintenu et actualisé le protocole de mesures de prévention Covid19, dans le but de garantir que l'activité de l'entreprise se déroule de la manière la plus sûre et la plus satisfaisante pour nos équipes et nos clients.

Ce protocole comprend diverses mesures et initiatives qui s'alignent en permanence sur les recommandations de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) et du ministère de la santé. Ce plan comprend des mesures de prévention pour nos équipes et nos clients. Parmi les mesures adoptées, nous soulignons la formation et la fourniture d'équipements de protection individuelle pour les équipes. De même, l'utilisation obligatoire de masques par les clients et la mise à disposition de gel hydroalcoolique à l'entrée du magasin, ainsi que dans les cabines d'essayage et à la caisse. De même, la capacité d'accueil a été adaptée à chaque phase en fonction des restrictions et des recommandations établies par les autorités compétentes. Des panneaux et une signalétique ont été installés à l'intérieur des magasins pour garantir le respect de la distanciation sociale, et un protocole spécifique a été établi pour le retour des articles et l'utilisation des cabines d'essayage afin de garantir les meilleures conditions sanitaires.

## RELATIONS SOCIALES

KIABI España est couverte par sa propre convention collective d'entreprise, qui s'applique à 100 % de ses employés, de sorte qu'à la fin de 2021, le pourcentage d'employés couverts par la convention était de 100 %. Cet accord a été prolongé jusqu'au 31 décembre 2022 dans le but de réaliser un plan d'harmonisation et d'homogénéisation de la convergence avec l'accord de l'Association nationale des entreprises de grande distribution à compter de cette date, les tableaux de travail étant prévus pour l'exercice 2022.

KIABI España dispose d'un comité d'entreprise intercentres 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 la sauvegarde de l'emploi, l'accord sur le positionnement des heures de travail et l'accord sur la déconnexion numérique.

De même, KIABI España dispose d'un comité de santé et de sécurité, un organe de participation conjointe et collégiale pour une consultation régulière et périodique sur les actions nécessaires en matière de prévention des risques. Les comités de santé et de sécurité sont chargés de défendre les intérêts des travailleurs en matière de prévention des risques sur le lieu de travail.

Enfin, KIABI España 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 fondé sur le sexe, 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 établit les types de harcèlement (articles 57 et 58) et la procédure d'action (article 59) conformément aux recommandations législatives. Au cours de l'année 2021, aucune plainte liée au harcèlement n'a été enregistrée selon le rapport indiqué par le comité d'instruction. Dans ce contexte, la négociation du 11ème plan d'égalité a débuté en décembre 2021 et un comité de négociation a été créé à cet effet.

## FORMATION

La politique de formation de l'entreprise répond aux besoins détectés par l'entreprise et à ceux qui peuvent être transmis par les personnes dans le cadre de leurs processus d'évaluation des performances. Le catalogue de formation est visible par tous les employés. Toutes les formations ont lieu pendant les heures de travail. Les personnes qui doivent passer des examens peuvent s'y inscrire par le biais d'une demande interne d'attribution. La stratégie de formation de l'entreprise est basée sur le modèle d'apprentissage 70/20/10. 70 % sont acquis par la formation sur le tas, 20 % sont appris des autres (par exemple, les expériences de mentorat) et 10 % par la formation classique.

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

Sexo	Horas 2021	Horas 2020
Mujeres	18 383	9 300
Hombres	2 746	2 225
<b>Total</b>	<b>21 129</b>	<b>11 525</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 España maintient ses plans de suivi 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 KIABI España en vigueur et en cours de validité, par le principe d'égalité et de non-discrimination pour des raisons personnelles inscrit dans les articles 14 de la Constitution et 17. 1 du Statut des travailleurs, et surtout par le principe d'égalité effective des femmes et des hommes qui a été développé à partir de la Loi 3/2007, du 22 mars, dont les dispositions sont considérées comme une référence interprétative primaire de la Convention collective susmentionnée. De même, KIABI España dispose d'un plan d'égalité pour les femmes et les hommes qui comprend l'engagement de l'entreprise sur les points suivants :

1. Sélection.
2. Le recrutement.
3. Promotion.
4. Formation.
5. Rémunération.
6. Réconciliation.
7. La santé au travail.
8. Prévention du harcèlement sexuel et/ou du harcèlement fondé sur le sexe et de la violence fondée sur le sexe.
9. Communication et sensibilisation.

Le plan d'égalité de KIABI España KSCE, S.A. est structuré selon les sections suivantes :

- a) Diagnostic de la situation initiale des femmes et des hommes dans l'entreprise. Ce diagnostic repose sur l'analyse d'informations qualitatives et quantitatives sur l'entreprise dans les domaines de la structure du personnel, du recrutement, des conditions d'embauche et de travail, de la formation, de la promotion, de la rémunération, de la conciliation de la vie professionnelle et de la vie familiale,

de la santé et de la sécurité au travail, ainsi que de la situation sociale et économique de l'entreprise. L'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, la santé et la sécurité au travail, et la communication.

b) Plan de mesures conçu sur la base des conclusions obtenues à partir du diagnostic, et qui vise essentiellement à couvrir les lacunes détectées en matière d'égalité des sexes dans l'entreprise (mesures d'action positive), et à renforcer les domaines stratégiques pour atteindre une égalité effective, en garantissant de manière transversale que tous les processus internes intègrent le principe d'égalité des sexes. Outre les mesures elles-mêmes, il comprend les objectifs généraux pour atteindre l'égalité des sexes dans l'entreprise, le calendrier de mise en œuvre, les personnes responsables de leur réalisation et les indicateurs de suivi.

c) Suivi et évaluation de la mise en œuvre du plan par les autorités compétentes désignée par chaque partie en ce qui concerne la collecte d'informations sur le degré de conformité, les résultats et les activités de l'entreprise, de la conformité, de ses résultats et, en somme, de son impact sur l'entreprise.

À cet égard, en 2021, les négociations ont commencé pour le développement du programme d'action en un deuxième plan pour l'égalité, en poursuivant l'engagement ferme de garantir un environnement de travail sûr et respectueux pour tous les employés. L'objectif est de promouvoir l'égalité des chances, en jetant les bases d'une nouvelle culture dans l'organisation du travail qui favorise l'égalité effective entre les femmes et les hommes et permet également de concilier vie personnelle, familiale et professionnelle.

**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