



Déclaration de performance ESG 2025





Le contexte que nous avons connu en 2025 nous a permis de renforcer nos convictions et d'affirmer la manière dont nous voulons construire demain.

2025 a été marqué par des projets forts. Je retiens l'ouverture de Madagascar, pour laquelle nous avons initié dès le début une dimension sociétale en consacrant une partie du chiffre d'affaires du magasin aux enjeux locaux d'éducation. Cet engagement sociétal s'est également incarné au sein de notre nouveau siège social, Kiabi Village, qui accueille des associations et une antenne de l'École des XV. Sur la partie environnementale, nous avons poursuivi la structuration de notre offre et le travail sur la qualité.

Il nous reste des sujets importants pour lesquels nous n'avons pas encore trouvé de réponse : nous devons aller plus loin dans la décarbonation de notre modèle. Dans un contexte pourtant peu favorable, nous devons accélérer et entamer des changements structurels pour garder le cap et respecter nos engagements. En particulier, je pense au sujet de la seconde main, pour lequel d'importants chantiers stratégiques restent à entamer. Enfin, nous devons réfléchir à de nouveaux partenariats et réinvestir auprès de nos fournisseurs pour construire ensemble des solutions industrielles de recyclage et de circularité.

Tout cela doit nous pousser à aller plus loin dans notre capacité à innover et à porter des efforts plus radicaux sur ces questions. Je suis toujours impressionnée par l'engagement et la résilience de nos collaborateurs : je sais que nous sommes toutes et tous prêts à relever ces défis.

Élisabeth Cunin

Présidente de Kiabi





Dans un contexte géopolitique bousculé et changeant, nous avons su, en 2025, maintenir le cap de notre Vision 2035. Sur le plan environnemental, nous avons poursuivi un travail de fond sur notre offre de première main, avec des actions qui nous singularisent sur la réduction de notre largeur d'offre, le développement de produits permanents, l'utilisation de matières moins impactantes pour l'environnement, et une forte implication de nos fournisseurs sur nos procédés de fabrication.

Je suis également très fier du déploiement de l'affichage environnemental, un outil à destination de nos clients, qui nous aide aussi en interne à orienter nos actions et qui nous singularise de nos concurrents. Sur la partie sociale, les résultats de Great Place to Work® témoignent de la satisfaction de nos collaborateurs à travailler sur le projet Kiabi.

Aussi, 2025 a vu un certain nombre d'actions fortes converger vers notre Vision 2035, avec la diversification de notre offre - incarnée par nos nouvelles marques comme Kitchoun ou WeKrew - et le développement de nouveaux services comme notre programme d'abonnement « En famille+ ». Notre cap est ambitieux et nous le maintenons, dans le respect de nos engagements sociaux et environnementaux.

Des défis nous attendent encore : nous sommes en dessous de nos objectifs de seconde main. En 2025, nous avons bien sûr appris sur les enjeux de collecte, de tri et d'expérience client en seconde main. Forts de ces apprentissages, nous devons poursuivre nos efforts et redresser la barre sur ce sujet crucial. Nous avons plus largement des solutions à inventer sur les enjeux de circularité pour changer l'industrie, avec des réponses locales, par pays. Nous devons enfin développer un double regard sur nos indicateurs environnementaux, comme les émissions carbone, avec un pilotage en intensité en complément de notre trajectoire en valeur absolue. L'enjeu est toujours d'investir pour le futur sans dériver de notre ADN au service de l'accessibilité et des familles.

Patrick Stassi

Directeur Général de Kiabi



Sommaire

1. Enjeux & Stratégies

1.1	Vision Kiabi 2035	6
1.2	Modèle d'affaires	7
1.3	Kiabi dans le monde	8
1.4	40 ans de mode à petits prix	9
1.5	Chiffres clés 2025	10
1.6	Analyse de double matérialité	11

2. Environnement

2.1	Synthèse - Environnement	13
2.2	Changement climatique	17
2.3	Utilisation des ressources en eau & leur pollution	27
2.4	Biodiversité & occupation des sols	30
2.5	Utilisation des ressources & économie circulaire	33

3. Social & Sociétal

3.1	Synthèse - Social & Sociétal	40
3.2	Effectifs de l'entreprise	43
3.3	Travailleurs de la chaîne de valeur	50
3.4	Communautés affectées	54
3.5	Consommateurs et utilisateurs finaux	57

4. Gouvernance

4.1	Synthèse - Gouvernance	62
4.2	Conduite des affaires	64
4.3	Gestion des relations avec les fournisseurs	67
4.4	Maîtrise des risques éthiques	69
4.5	Parties prenantes & écosystèmes	71

5. Annexes

Détail des accords collectifs par pays		
5.1	France	78
5.2	Espagne	79
5.3	Portugal	80
5.4	Belgique	80
5.5	Italie	82
Données spécifiques à l'Espagne		83
Méthodologie et définitions		91
Rapport d'assurance		101

1. Enjeux & Stratégie



AGIR POUR L'ENVIRONNEMENT

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

#durabilité #secondemain
#modèlecirculaire #désirabilité

VISION

KIABI
2035

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

AGIR POUR TOUTES ET TOUS

EN CULTIVANT NOTRE CULTURE
HUMAINE SINGULIÈRE

#GPTW #inclusion
#culturehumaine #formation

CRÉER DE LA VALEUR PARTAGÉE

EN GARANTISSANT CROISSANCE ET RENTABILITÉ DURABLE

#omnicanal #innovation #international #actionnariat #clients

1.2 Modèle d'affaires

Les atouts de Kiabi

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

Ressources

Des femmes et des hommes engagés

- 10 063 Kiabers dont 81 % de femmes
- 73 % des Kiabers en Contrat à Durée Indéterminée

Des équipes dédiées au développement de nos produits

- 207 Kiabers aux collections et 200 dans nos bureaux d'achats de Chine, Bangladesh, Inde et Turquie

Un écosystème au service de notre mission

- 169 fournisseurs marchands pour 456 usines d'assemblage
- 1 148 audits sociaux réalisés et 711 audits environnementaux
- 3 entrepôts marchands et 1 non marchand en Europe
- 646 points de contact, dont 246 proposant de la seconde main, incluant notre site Internet Beebs
- 1 market place en France

Des liens avec nos communautés

- 24,7 millions de clients
- 35 Petits Magasins

Une structure financière

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

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

- Une équipe de 32 personnes
- 91 sites détenus par Etixia

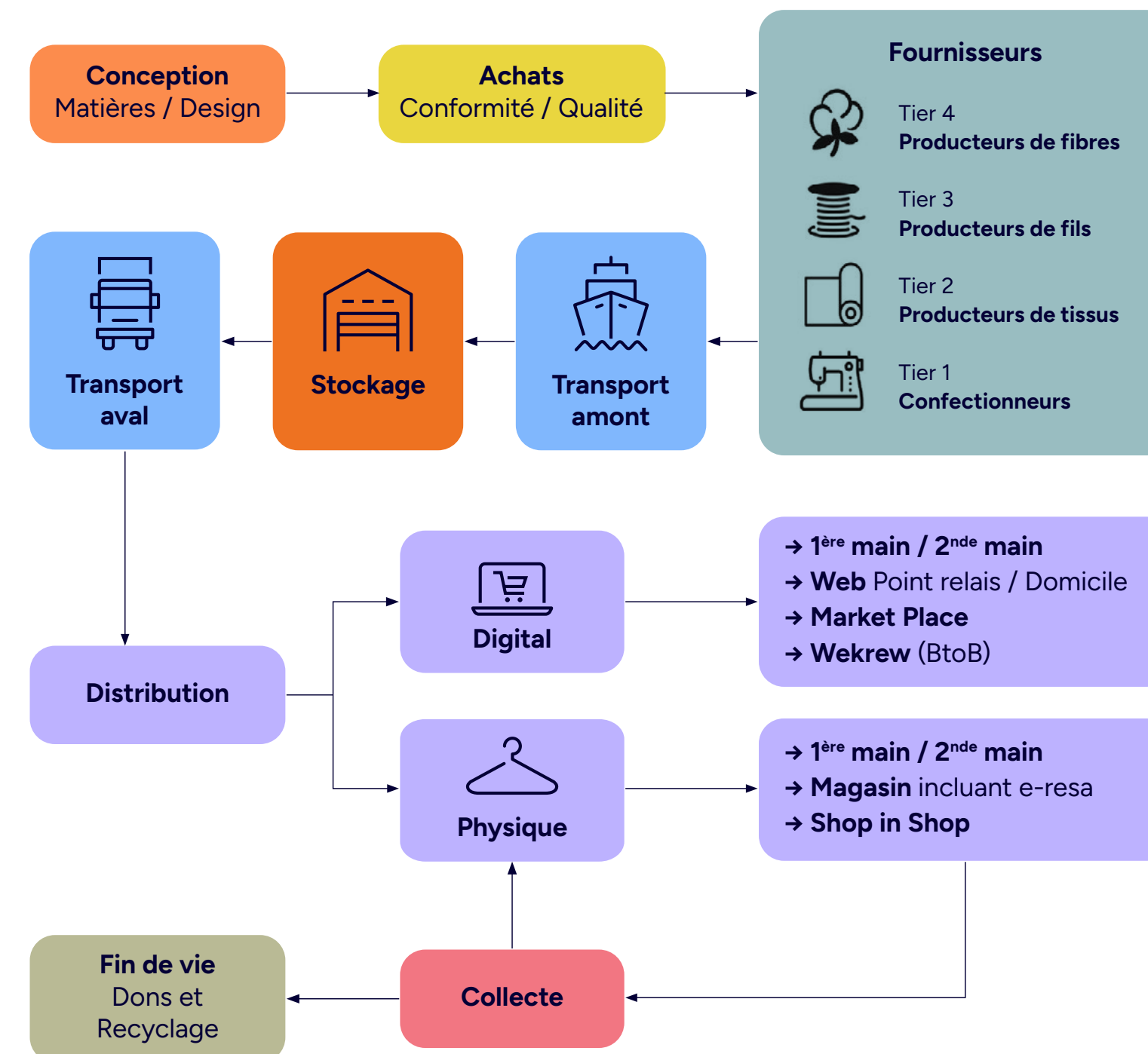
Les défis et opportunités

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

Les parties prenantes

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

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



Valeurs créées

Pour les femmes et les hommes

- 81 % des Kiabers satisfaits (Trust Index® Great Place to Work®)
- 57 % de Kiabers formés (hors formations obligatoires)
- 96 % d'index égalité hommes-femmes en France
- 33 % de résultats partagés aux collaborateurs
- 72 % de salariés actionnaires (pays éligibles : France, Espagne, Italie)

Pour réduire nos impacts environnementaux

- 2,27 millions tCO₂éq (nouvelle méthodologie), en baisse depuis 2022⁽¹⁾
- 177 millions de m³ net d'eau douce consommés sur nos propres sites
- 87 % de nos matières premières sont à moindre impact
- 26 % de nos matières premières sont recyclées
- 0,55 % d'articles de seconde main dans nos produits vendus

Pour nos partenaires

- 75% des usines de rangs 1 et 2 auditées notées A ou B au regard des standards sociaux internationaux et réglementaires
- 72 % du chiffre d'affaires réalisés dans nos canaux de distribution (hors franchises, affiliation et market place)

Pour les familles et nos clients

- Un NPS clients de 71
- 542 personnes entrées en insertion professionnelle depuis 2021
- 50 695 jeunes bénéficiaires des actions de la Kiabi Foundation depuis 2024

Pour assurer notre robustesse financière et la sécurité de nos organisations

- Une valeur de part en hausse de +65 % en 5 ans avec une moyenne de +11 % par an
- 2,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires
- Un taux de sécurité informatique de 95 %

(1) Les explications concernant ces évolutions méthodologiques sont disponibles en annexe de ce rapport.

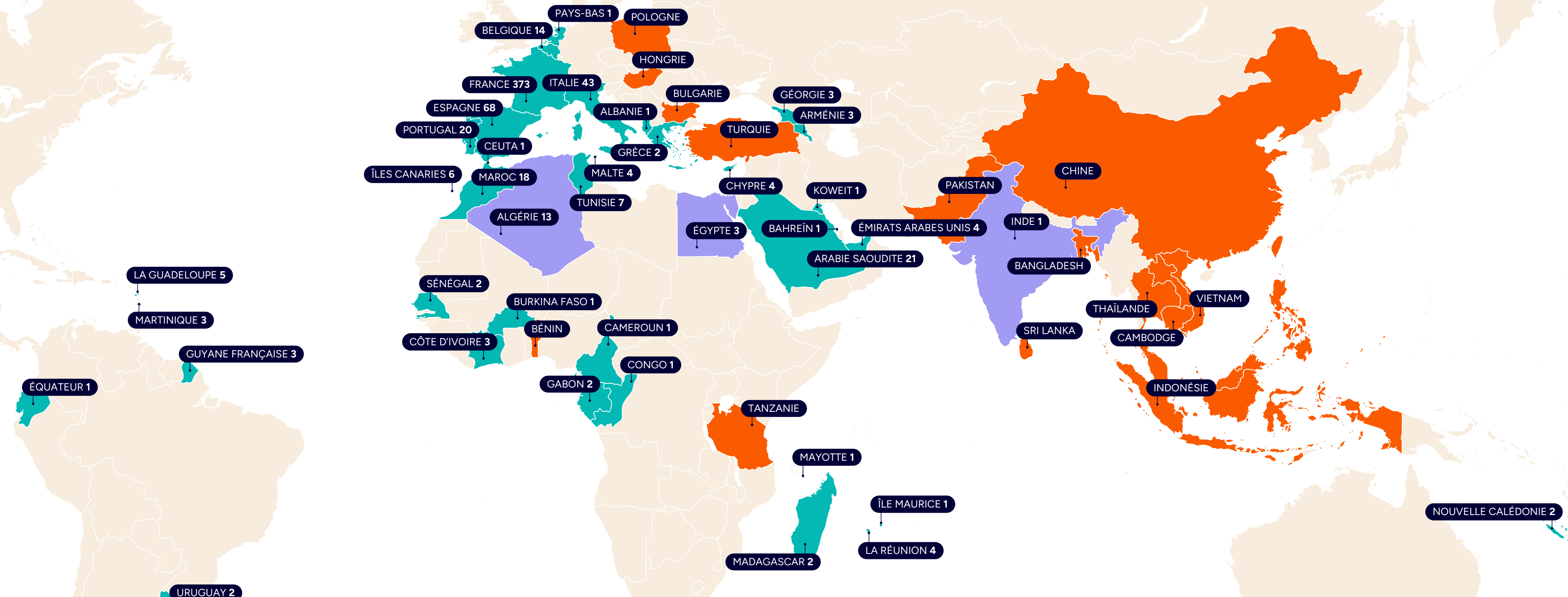
1.3 Kiabi dans le monde

+10 000
collaboratrices
et collaborateurs

646
points de contact⁽¹⁾

+169 fournisseurs
95 franchisés
& affiliés

14 pays de
production⁽²⁾ **37**
territoires
de vente



- 1** Point de contact
- Pays de vente
- Pays de production
- Pays de vente et production

(1) Points de contact : magasins physiques, Shop in Shop, sites Internet
 (2) Production : fournisseurs de rang 1, 2 et 3 de Kiabi Fashion Industry

1.4 40 ans de mode à petits prix

1978

Kiabi invente **la mode à petits prix**

1988

L'**actionnariat** est ouvert aux collaborateurs en France

1993

Ouverture du premier magasin à l'étranger, **cap sur l'Espagne**

2000

Lancement du site **kiabi.com**

2005

Kiabi accélère son développement et s'ouvre à la **franchise**

2011

Naissance de la Fondation Kiabi, devenue aujourd'hui la **Kiabi Foundation**

2013

Création des premiers produits en **fibres** issues de **l'agriculture biologique**

2015

Avec près de 500 magasins dans le monde, Kiabi est **n°1 des ventes** de prêt à porter (en quantité) en France

2016

Kiabi lance son produit **pantalon denim** conçu avec moins d'eau et de produits chimiques pour le délavage final

2017

Kiabi formalise ses premiers **engagements sociétaux** et met en place des plans d'actions

2018

Kiabi fête ses **40 ans** ! Kiabi collecte ses données pour son premier **bilan carbone**

2021

Première Vision incluant le **développement durable** à horizon 2030

2023

Kiabi lance sa nouvelle **Vision 2035** : « Faciliter la vie des familles en rendant accessible à tous un mode de vie durable au quotidien. »

2024

La Kiabi Foundation lance sa mission : redonner confiance à la **jeunesse**

Lancement de **Kiabi Home** (linges de maison) et de **Beebs** (seconde main)

2025

Lancement de nos marques **Kitchoun** (chaussures premiers pas) et **WeKrew** (vêtements personnalisés pour entreprises, associations...)

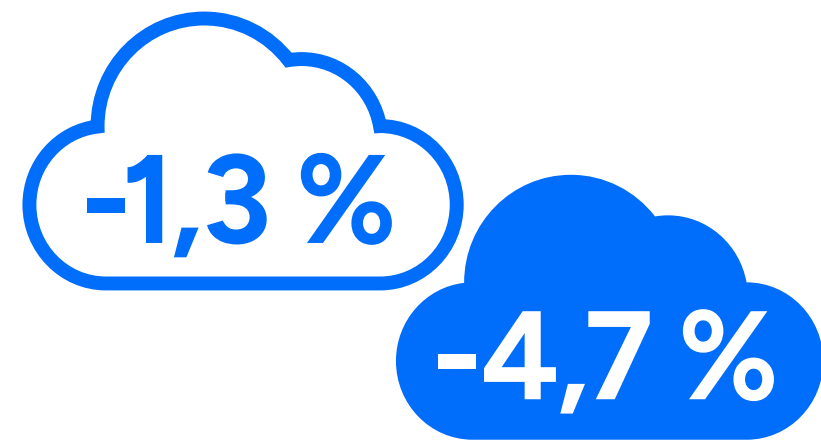
Inauguration de **Kiabi Village**

Lancement de notre **nouveau logo** qui unifie notre écosystème de marques

 **KIABI**
La mode à petits prix



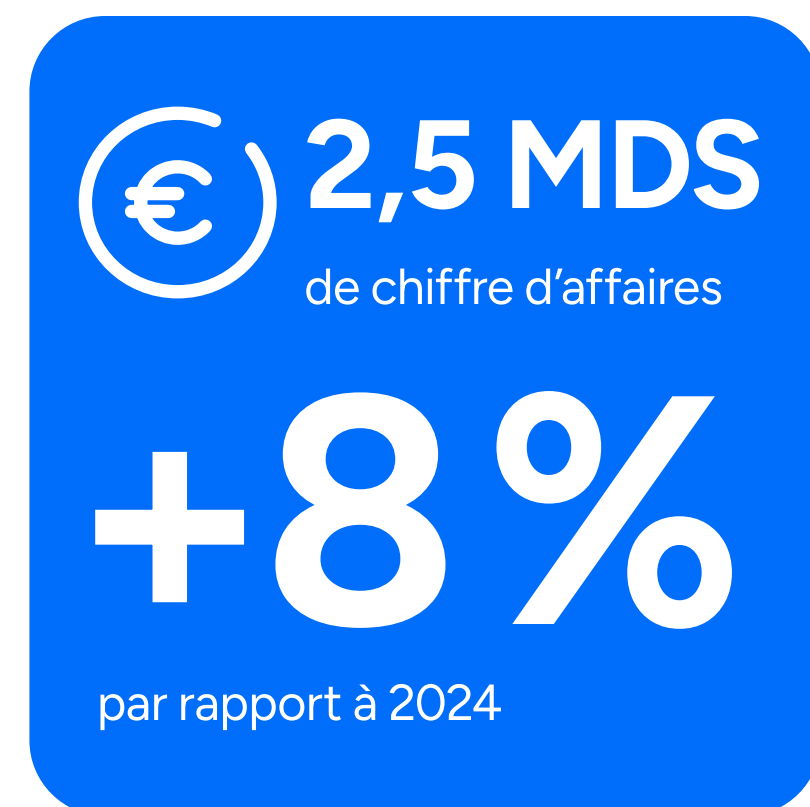
1.5 Chiffres clés 2025



Réduction des émissions carbone de -4,7 % par rapport à 2022, dont -3,4 % liés aux évolutions méthodologiques et -1,3 % à méthodologie historique ⁽¹⁾

177 M m³

de consommation nette d'eau douce



87 %

de nos matières premières sont à moindre impact et **26 %** sont recyclées



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

314 M

de pièces vendues (première main, seconde main, magasins, digital, market place)

0,75 %

de volume d'affaires moins impactant *

* Le volume d'affaires moins impactant recouvre le volume d'affaires issu de la seconde main, de la personnalisation, de l'abonnement « En Famille + » ainsi que des activités retail media.

57 %

de collaborateurs Kiabi formés (hors formations obligatoires)

72 %

de salariés actionnaires

(Pays éligibles : France, Espagne, Italie)

542

personnes entrées en insertion professionnelle depuis 2021

51 %

de femmes dans le TOP 100

50 695

jeunes bénéficiaires des actions de la Kiabi Foundation depuis 2024

75 %

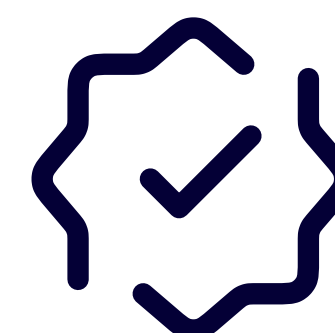
des usines de rangs 1 et 2 auditées notées A ou B au regard des standards sociaux internationaux et réglementaires ⁽¹⁾

81 %

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

95 %

Conformité sécurité informatique



71

Net Promoter Score clients

24,7 M

de clients (+4 % vs 2024)

(1) Les explications concernant ces évolutions méthodologiques sont disponibles en annexe de ce rapport.

1.6 Analyse de double matérialité

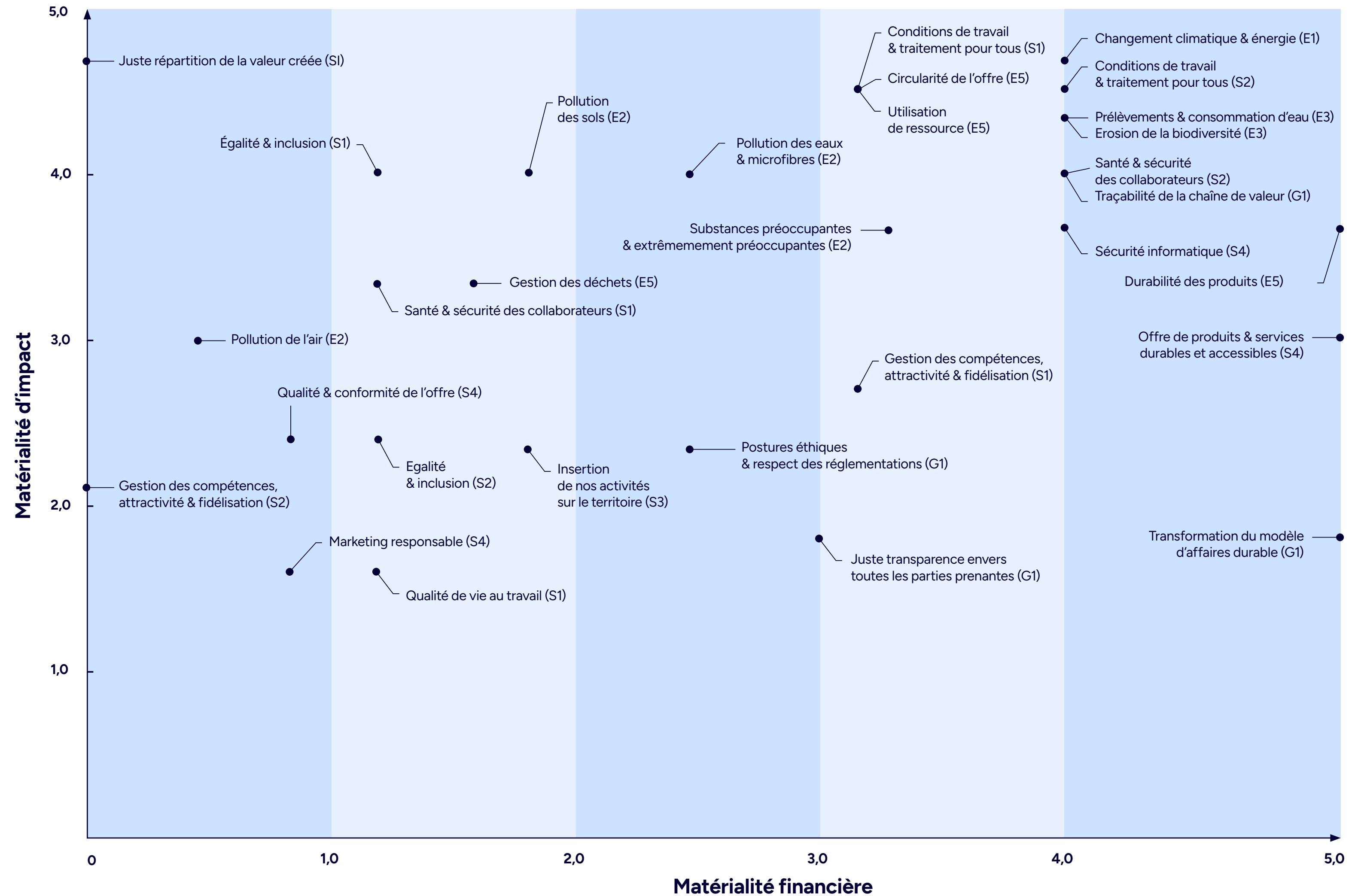
L'analyse de double matérialité intègre les impacts engendrés par nos activités sur l'environnement et la société, et réciproquement les risques et opportunités que ces enjeux font peser sur la situation économique et financière de Kiabi.

Identification de nos Impacts, Risques et Opportunités (IRO)

Afin de nous mettre en marche vers les exigences de la CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), nous avons mené dès 2023 une première analyse de double matérialité, affinée par la suite avec l'appui du cabinet Deloitte.

En termes de méthodologie, nous avons mobilisé aussi bien nos connaissances en interne que des sources externes comme l'analyse de double matérialité sectorielle textile, linge de maison, chaussures (TLC) réalisée par l'Alliance du commerce.

Afin de commencer à prendre en compte la logique CSRD, nous avons organisé les informations de notre DPEF 2025 selon la logique des ESRS (European Sustainability Reporting Standards) et des IRO associés. Pour autant, certains IROs ne sont pas adressés à date - exemple : pollution des eaux et microfibres (E2), et feront l'objet de plans d'actions à horizon de l'entrée en vigueur du rapport de durabilité, soit 2028 pour Kiabi.



2.

Environnement



2.

Environnement

2.1 Synthèse

Un modèle d'affaires moins impactant sur l'environnement

Nos 5 domaines d'action.



5 DOMAINES D'ACTION

1. OFFRE

1^{ère} main / 2^{nde} main
Durabilité physique
et émotionnelle

Services

Abonnement En Famille +
Personnalisation
Retail Media

2. PRODUCTION / MATIÈRE

Conception / Design
Choix des matières
Qualité

Achats

Conformité & Qualité

Fournisseurs & usines

Procédés de fabrication
Recyclage des matières

3. LOGISTIQUE

Amont

Acheminement vers nos
entrepôts

Stockage

Optimisation des flux

Aval

Acheminement vers nos
magasins

4. DISTRIBUTION

Magasins

1^{ère} main / 2^{nde} main
Magasin incluant e-resa
Shop in Shop

Digital

1^{ère} main / 2^{nde} main
Web Point relais / domicile
Market place
Wekrew (BtoB)

5. FIN DE VIE

Collecte

2^{nde} main
Ventes aux soldeurs
Dons

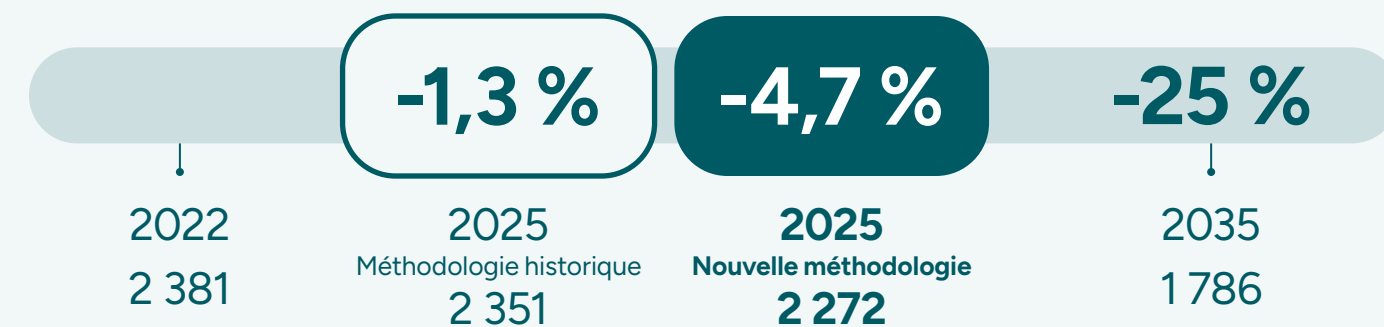
Recyclage

Responsabilité élargie
du producteur (REP)

Synthèse Environnement 1/2

Indicateurs clés

• Réduction des émissions carbone depuis 2022 (KtCO₂éq)⁽¹⁾

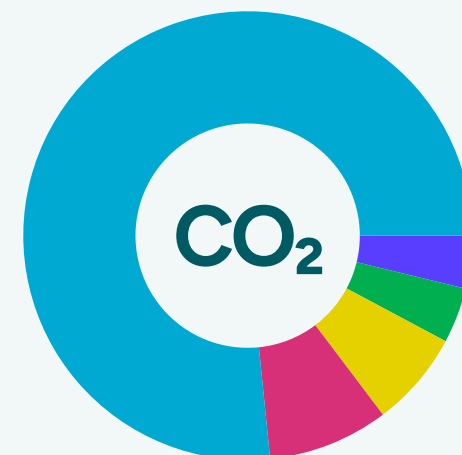


• Intensité CO₂ du volume d'affaires



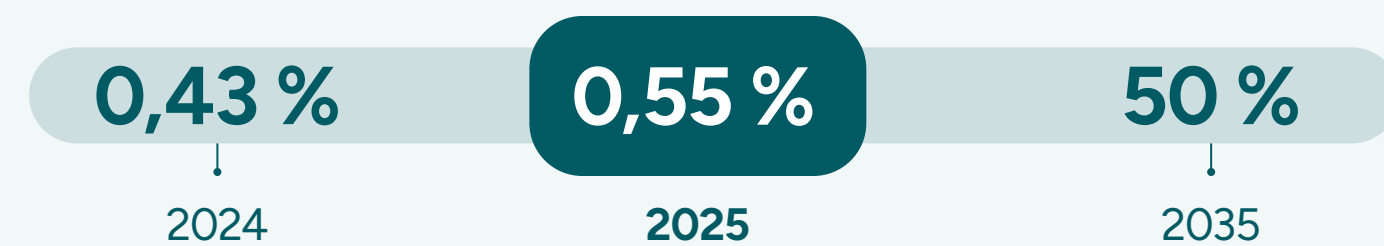
• Répartition de nos émissions carbone (2025 nouvelle méthodologie)

2,27 MtCO₂éq.



- Fabrication des produits et matières premières : **76,6 %**
- Déplacements visiteurs : **8,7 %**
- Utilisation et fin de vie des produits : **6,9 %**
- Magasins et transports : **4 %**
- Autres : **3,8 %**

• Part des produits de seconde main dans les ventes



(1) Les explications concernant ces évolutions méthodologiques sont disponibles en annexe de ce rapport.

• Part de volume d'affaires moins impactant*



• Consommation nette d'eau douce (m³)



• Occupation des sols (ha)



* Le volume d'affaires moins impactant recouvre le volume d'affaires issu de la seconde main, de la personnalisation, de l'abonnement « En Famille + » ainsi que des activités retail media.

Synthèse

Une **trajectoire carbone en valeur absolue** impactée par les performances commerciales à la hausse de Kiabi.

Une **trajectoire carbone en intensité** encourageante grâce à l'activation de leviers de décarbonation importants au niveau de la fabrication de nos produits de première main (travail sur les matières premières moins impactantes sur l'environnement, déploiement des énergies renouvelables chez nos fournisseurs, mise en œuvre de procédés de fabrication moins polluants...).

Faits marquants

Gouvernance

- **Structuration d'une équipe « transition environnementale »** plus large et experte pour accompagner la montée en compétences et en maturité de l'entreprise sur les enjeux environnementaux et faire évoluer le modèle. Cette équipe se compose d'un pôle impact, d'un pôle projets, d'un pôle Responsabilité élargie du producteur (REP) et circularité, et s'appuie sur des relais au sein de chaque métier et service.

- Création d'un **comité stratégique pour la transition environnementale**, réuni cinq fois au cours de l'année 2025. Composé de personnalités externes du monde de la mode, de l'économie circulaire, de l'industrie, d'un représentant du comité de direction et du conseil stratégique groupe Kiabi. Ce comité a pour rôle de questionner l'adéquation du modèle économique Kiabi avec les enjeux environnementaux et d'insuffler les transformations nécessaires à hauteur des enjeux.

Matières et conception

- **Déploiement de l'affichage environnemental** sur 59 % des produits Kiabi (75 % des produits textiles et sous-vêtements).

- **Renforcement de nos démarches** pour une conception moins impactante sur l'environnement, avec la volonté de supprimer certaines fibres comme le coton conventionnel et le polyester conventionnel.

.../...

Synthèse Environnement 2/2

- **Nouvel indicateur « effort matière »**, calculé en intégrant pour 60 % le taux de fibres recyclées et pour 40 % le taux de fibres moins impactantes sur l'environnement, et ce afin de survaloriser et encourager le recours à des fibres recyclées.

% DANS TONNAGE	2022	2023	2024	2025	cible 2035
Fibres moins impactantes sur l'environnement (pondérées à 40 %)	55 %	55 %	73 %	87 %	92 %
Fibres recyclées (pondérées à 60 %)	5 %	10 %	16 %	26 %	42 %
Score Effort Matière	25	28	39	50	62

Fournisseurs

- Ouverture de nouveaux fournisseurs au Bénin, en Egypte, en Tanzanie et au Cambodge dans le cadre de notre nouveau plan d'approvisionnement destiné à sécuriser notre modèle face au contexte géopolitique international et aux conséquences du réchauffement climatique
- Mise en place de nouveaux outils pour développer la **traçabilité** et la **collecte de données** chez nos fournisseurs : TextileGenesis™ et Higg Index (Cascale).
- Hausse significative du **nombre de fournisseurs** déclarant leurs données environnementales dans notre outil interne : 593 usines de rangs 1, 2 et 3 contre 260 l'année précédente.
- Expérimentation d'un **projet d'agriculture régénératrice** avec notre partenaire Reforest'Action, dans la province d'Odisha en Inde, sur une parcelle de coton gérée par l'initiative Organic Cotton Accelerator

Transports et logistique

- Diminution du recours au **transport aérien** pour nos transports amont : 1,7 % en 2025 contre 3 % en 2022.
- **67 % de nos magasins français** livrés par des véhicules utilisant des biocarburants, du biogaz ou de l'énergie électrique.
- Réengagement dans le **programme Fret 21** soutenu par l'Ademe.

Exploitation de nos sites

- En 2025, nos **consommations énergétiques** pour les magasins en France ont diminué de 7 % par rapport à 2024 (remplacement des éclairages par des lampes LED et pilotage à distance des éclairages, climatisation et chauffages de nos magasins via un système de gestion technique du bâtiment).

Économie circulaire

- **Création d'un hub de tri circulaire** intégré à la logistique Kiabi afin de développer des activités logistiques spécifiques au développement de nos activités circulaires, notamment la gestion des articles de seconde main reçus.
- **Déploiement de la collecte de vêtements** dans 100 % de nos magasins en France, pour revente de ces produits via notre offre de seconde main Beebs.
- **Mobilisation des metteurs en marché et de leur éco-organisme Refashion** pour la réouverture du cahier des charges de la filière REP textiles, linges de maison et chaussures, pour construire une filière plus pérenne, plus efficiente et plus juste pour tous les acteurs.
- **Structuration d'un écosystème de recyclage** à l'échelle locale et mondiale.

Défis à relever

- Face à notre succès commercial, réussir notre **trajectoire carbone** en absolue et en intensité, activant de nouveaux leviers, qui nous réalignent avec les ambitions scientifiques
- Concilier **durabilité physique** et **trajectoire carbone**
- Aller vers de **nouvelles matières moins impactantes** et vers **plus de matières naturelles recyclées**
- Augmenter la part de produits de **seconde main** auprès de nos clients, en œuvrant au remplacement de la première main
- Continuer à améliorer la traçabilité sur toute notre chaîne de valeur, en augmentant nos exigences de **certifications matières** et en embarquant de plus en plus de fournisseurs et plus de catégories de produits dans l'outil TextileGenesis™
- Développer le poids du **serviciel**
- Élargir nos **stratégies environnementales** aux enjeux liés à la biodiversité et à la pollution de l'eau

2.

Environnement

2.2 Changement climatique

BILAN CARBONE (KtCO ₂ éq) ⁽¹⁾	2022 Méthodologie historique	2023 Méthodologie historique	2024 Méthodologie historique	2025 Méthodologie historique	Var 22-25 Méthodologie historique	2025 Nouvelle méthodologie	Var 22-25 Nouvelle méthodologie
Scope 1 : Emissions directes	3,2	3,1	3,2	1,8	-43 %	1,8	-43 %
Scope 2 : Émissions indirectes liées à l'énergie (location-based)	6,4	6,4	6,7	6,6	+3 %	6,6	+3 %
Scope 3 : Autres émissions indirectes	2 372	2 144	2 270	2 343	-1 %	2 261	-5 %
3.1.1 Émissions indirectes liées aux biens et services achetés - commerçant	1 826	1 567	1 657	1 697	-7 %	1 739	-5 %
3.1.2 Émissions indirectes liées aux biens et services achetés - non marchandes	59	71	81	66	+11 %	31	-48 %
3.2 Émissions indirectes liées aux biens d'équipement	33	68	80	81	+146 %	36	+9 %
3.3 Émissions indirectes liées aux activités relatives aux combustibles et à l'énergie (non incluses dans les scopes 1 et 2)	3	3	3	3	+6 %	3	+6 %
3.4 Émissions indirectes liées au transport et à la distribution en amont	27	15	27	29	+6 %	29	+6 %
3.5 Émissions indirectes provenant des déchets générés lors des opérations	5	5	5	6	+7 %	6	+7 %
3.6 Émissions indirectes liées aux voyages d'affaires	2	3	3	2	+12 %	2	+12 %
3.7 Émissions indirectes liées aux déplacements domicile-travail des employés	15	14	13	15	+1 %	15	+1 %
3.8 Émissions indirectes provenant des actifs loués en amont	4	5	5	5	+22 %	5	+22 %
3.9 Émissions indirectes liées au transport et à la distribution en aval	23	20	19	30	+31 %	27	+18 %
3.11 Émissions indirectes liées à l'utilisation des produits vendus	100	90	97	112	+12 %	112	+12 %
3.12 Émissions indirectes liées au traitement en fin de vie des produits vendus	43	39	38	44	+2 %	44	+2 %
3.13 Émissions indirectes provenant des actifs loués en aval		7	4	4		4	
3.14 Émissions indirectes provenant des franchises	16	13	11	12	-24 %	13	-16 %
3.16 Émissions indirectes liées aux déplacements des visiteurs	217	226	226	238	+10 %	197	-9 %
TOTAL	2 381	2 154	2 280	2 351	-1,3 %	2 270	-4,7 %
Variation vs 2022 (méthodologie historique)		-9,5 %	-4,3 %	-1,3 %		-4,7 %	

2.2.1 Bilan climat

Nos émissions carbone ont diminué à hauteur de **-4,7 %** par rapport à 2022, dont **-3,4 %** liés aux évolutions méthodologiques et **-1,3 %** à méthodologie historique. Ces évolutions méthodologiques ont été mises en place afin d'affiner l'empreinte carbone de Kiabi et retranscrire au mieux la réalité ⁽¹⁾.

Ce ralentissement dans la baisse de nos émissions s'explique par **une croissance de l'activité commerciale** de Kiabi et des volumes fabriqués. Pour répondre aux demandes de nos clients et face à notre succès commercial, nous avons opéré des campagnes d'achats de produits finis supplémentaires. La fabrication de nos produits représentant plus de 76 % des émissions de notre bilan carbone, l'augmentation des quantités produites a donc un impact important sur notre performance environnementale annuelle.

Aussi, si **l'intensité carbone de notre chiffre d'affaires diminue** grâce notamment à nos efforts de conception et au développement de l'électricité renouvelable chez nos fournisseurs, la courbe de nos émissions en valeur absolue stagne par rapport à 2024 (vs 2025 nouvelle méthodologie). Afin de continuer à animer ce sujet au sein de nos équipes, nous réfléchissons pour 2026/2027 à de nouveaux indicateurs, pour intégrer des enjeux tels que la qualité physique, la réparation, ou les émissions évitées.

Concernant notre méthode de calcul, nous avançons avec une donnée plus fine grâce à nos nouveaux outils de traçabilité et de collecte de données environnementales : TextileGenesis™ et Cascale (voir page 23). Au-delà du périmètre Kiabi, nous contribuons aux réflexions sur la réduction des émissions carbone dans l'industrie de la mode : en 2025, nous avons ainsi pris part aux travaux collectifs sur la trajectoire de décarbonation du secteur de la mode, initiés par Paris Good Fashion.

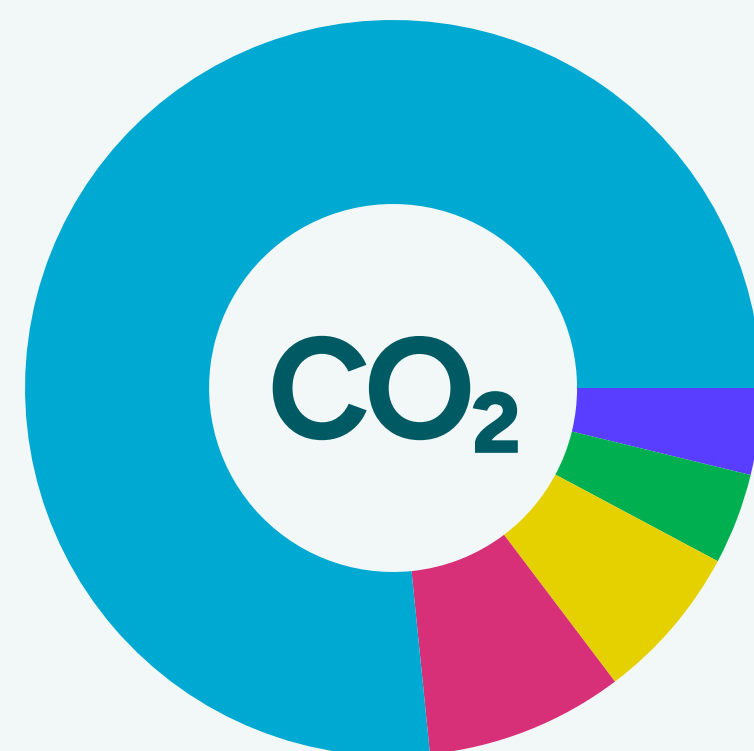
(1) Les explications concernant les évolutions méthodologiques sont disponibles en annexe de ce rapport.

Indicateurs clés 2025

INTENSITÉ CARBONE DU CHIFFRE D'AFFAIRES ⁽¹⁾	2022 Méthodologie historique	2023 Méthodologie historique	2024 Méthodologie historique	2025 Méthodologie historique	Var 22-25 Méthodologie historique	2025 Nouvelle méthodologie	Var 22-25 Nouvelle méthodologie	Cible 2035
Chiffre d'affaires en millions d'euros	2	2	2	2	+13 %	2	+13 %	6
Emissions carbone en MtCO ₂ éq	2	2	2	2	-1 %	2	-5 %	1
Intensité CA / CO ₂	1,08	0,97	0,98	0,94	-13 %	0,91	-16 %	0,30

• Répartition de nos émissions carbone (nouvelle méthodologie)

2,27 MtCO₂éq



- Fabrication des produits et matières premières : **76,6 %**
- Déplacements visiteurs : **8,7 %**
- Utilisation et fin de vie des produits : **6,9 %**
- Magasins et transports : **4 %**
- Autre : **3,8 %**

Afin de réduire nos émissions carbone, nous agissons sur nos principaux facteurs d'émission avec différents leviers :

→ **matière et conception** : avec l'utilisation de matières recyclées ou de matières moins impactantes sur l'environnement,

→ **fournisseurs et production** : en développant le recours aux énergies renouvelables et en optimisant les consommations énergétiques,

→ **transport et logistique** : en maîtrisant le recours au transport aérien et en développant le transport multimodal

→ **exploitation de nos sites et magasins** : en réduisant nos consommations énergétiques.

⁽¹⁾ Les explications concernant les évolutions méthodologiques sont disponibles en annexe de ce rapport.

2.2.2 Matières et conception

La fabrication de nos produits neufs, des matières premières à la confection en passant par le transport, représente plus de 76 % de nos émissions carbone. Nous devons donc agir en priorité sur ce sujet en intégrant les impacts environnementaux dès la phase de conception dans une approche qui prenne en compte toutes les étapes du cycle de vie d'un produit, jusqu'à sa fin de vie.

La démarche de conception

Afin de réduire les émissions carbone liées à la conception de nos produits, nous nous inspirons de la démarche d'éco-conception, à partir de laquelle nous avons écrit en 2023 notre propre **stratégie en 5 étapes** pour réduire l'impact environnemental de nos produits (voir schéma page suivante).

En 2025, nous avons renforcé ce cadre avec des critères plus exigeants :

→ sur l'étape 1 concernant les matières, nous avons ainsi introduit l'objectif de supprimer le coton conventionnel et le polyester conventionnel pour tous les produits textiles Kiabi.

→ sur l'étape 2 concernant les procédés industriels, nous avons introduit, en complément de nos critères existants, l'utilisation de colle à base d'eau, qui a été utilisée pour la fabrication de 29 % de nos chaussures en 2025. Nous avons également redéfini trois niveaux pour nos process de lavage et délavage (voir page 28).

→ sur l'étape 5 concernant l'usage et la fin de vie du produit, nous allons faire évoluer nos critères de durabilité physique en nous alignant sur les tests de durabilité Refashion.

Enfin, nous avons supprimé de ce cadre les critères liés aux audits sociaux, ces derniers faisant l'objet d'un suivi spécifique et rapproché pour l'ensemble de nos fournisseurs (voir page 52).

Indicateurs et animation de la conception

Nous avons également, en 2025, posé un nouvel indicateur : **l'effort matière**. Cet indicateur vient remplacer celui que nous suivions jusqu'à présent sur la part de nos articles achetés avec des matières et des procédés de fabrication moins impactants pour l'environnement. Cet effort matière est calculé en intégrant pour 60 % le taux de fibres recyclées et pour 40 % le taux de fibres moins impactantes pour l'environnement comme le coton issu de l'agriculture biologique par exemple (voir page 21 pour la liste de nos matières moins impactantes sur l'environnement). Cette pondération a pour but de prendre en compte les forts leviers de réduction d'impact carbone liés à l'utilisation de fibres recyclées. En 2025, **le score effort matière Kiabi était de 50** avec 26 % de fibres recyclées et 87 % de fibres moins impactantes.

Nous avons également travaillé quatre autres indicateurs secondaires :

- la part de **fibres moins impactantes pour l'environnement**¹ utilisées dans la fabrication de nos produits,
- la part de **fibres recyclées** utilisées dans la fabrication de nos produits,
- la part de **fibres naturelles** utilisées dans la fabrication de nos produits,
- la part de **produits tracés** dans notre outil TextileGenesis^{TM1}.

Afin de porter l'ensemble de ces indicateurs auprès des équipes Collections Kiabi, nous avons mis en place en 2025 une animation mensuelle avec le soutien d'un contrôleur de gestion. Ce suivi permet d'acculturer les équipes et d'avoir connaissance de l'état d'avancement de ces différents objectifs. Ces informations ont permis d'outiller les équipes, de contribuer à une prise de décision plus éclairée sur les enjeux extra-financiers et d'anticiper les impacts de nos décisions sur la trajectoire carbone.

1. Un produit est considéré tracé lorsque nous avons identifié et stocké les preuves (certifications d'usine, documents de transaction, facture, documents d'expédition, volumes commandés, contacts, localisation d'usine) provenant des fournisseurs de fibres au fournisseur de produits finis (y compris les traders) ayant participé à la fabrication du produit. Et ce pour chaque commande, que les matériaux soient certifiés ou non.

1. Matières premières

Utilisation d'un maximum de matières à impact environnemental réduit (voir page 21 pour la liste des matières) et volonté de supprimer l'utilisation du coton conventionnel et du polyester conventionnel.

2. Procédés de fabrication

Recours à des procédés de fabrication moins énergivores, moins consommateurs d'eau, utilisant des colles à base d'eau ou moins impactants sur l'environnement.

3. Animation des fournisseurs de confection

Animation des usines de fournisseurs de confection sur les enjeux de changement climatique, de la consommation d'eau, de la gestion des déchets, de l'occupation des sols, de la biodiversité et de certification.

5. Usage et fin de vie du produit

Actions renforçant la durabilité physique du produit ou sa recyclabilité. Nous allons faire évoluer nos critères de durabilité en nous alignant sur les tests de durabilité Refashion.

4. Animation des fournisseurs de rangs 2 et 3

Animation des fournisseurs de rangs 2 et 3 sur les enjeux de changement climatique, de la consommation d'eau, de la gestion des déchets, de l'occupation des sols, de la biodiversité et en termes de certification.



RÉPARTITION DES MATIÈRES UTILISÉES (EN KILOTONNES DE PRODUITS FINIS)	2022	2023	2024	2025	Var 22-25
Matières moins impactantes sur l'environnement	33 136	30 445	43 878	57 943	+75 %
Coton BCI ou autre Coton plus durable	25 160	17 913	17 518	20 333	-19 %
Coton biologique	4 043	4 327	12 476	15 602	+286 %
Polyester recyclé	2 305	4 218	6 128	11 978	+420 %
Coton en conversion	423	1 343	2 422	3 040	+619 %
Coton recyclé	808	1 309	2 704	2 897	+258 %
LENZING™ ECOVERO™	17	931	1 475	1 338	+7 735 %
Polyamide recyclé	23	157	492	1 031	+4 458 %
Autres	357	247	663	1 722	+382 %
Autres Matières	26 991	24 598	16 385	8 890	-67 %
Polyester	9 905	8 775	6 817	2 910	-71 %
Coton	8 667	8 347	3 885	937	-89 %
Polyamide	1 563	1 462	1 077	855	-45 %
Elasthane	642	572	671	755	+18 %
Fibre cellulosique	2 807	1 991	907	727	-74 %
Acrylique	1 274	1 255	722	387	-70 %
Autres (dont PVC)	2 134	2 195	2 306	2 319	+9 %
Tonnage total	60 126	55 042	60 263	66 833	+11 %

Nous continuerons à fournir à nos équipes de nouveaux outils d'aide à la décision avec par exemple le module de simulation Peftrust, l'outil de simulation des impacts et du coût environnemental des produits, dès 2026. Nous poursuivons en complément le travail d'acculturation

de nos équipes Collections aux enjeux de l'éco-conception : à fin 2025, tous nos collaborateurs des Collections ont été formés à la Fresque du textile. Nous avons également organisé en octobre un Eco-Day, réunissant plus de 130 participants, avec sept ateliers thématiques (seconde main, location, fin de vie, matières recyclées post-consommation, impact produit, traçabilité, impact global Kiabi), animés avec des partenaires externes comme Decathlon, Les Tissages de Charlieu, TextileGenesis™ ou Peftrust.

Nous avons également déployé en 2025 l'affichage environnemental sur 59 % de nos produits (75 % des textiles et sous-vêtements couverts). Cette démarche volontaire s'inscrit dans le cadre d'une initiative nationale et collective, portée par le gouvernement français et l'Ademe. Notre participation à cette initiative contribue à notre volonté de développer en interne une mesure d'impact plus fine de nos produits, et d'animer nos équipes Collections sur ce sujet, tout en fournissant aux familles des outils pour une consommation plus éclairée sur les questions environnementales.

Faits marquants

→ Simplification et renforcement des exigences de notre cadre en cinq étapes pour une conception moins impactante de nos produits, avec notamment **la volonté de supprimer le coton conventionnel et le polyester conventionnel**. Nous utilisons toujours aujourd'hui 4 % de polyester conventionnel et 1,4 % de coton conventionnel (soit une diminution de 89 % par rapport à 2022) dans nos produits textiles.

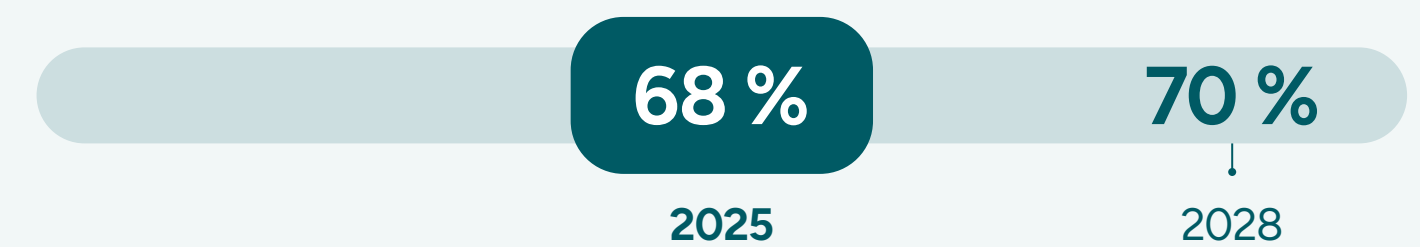
→ Création de notre **indicateur « effort matière ¹ »**, intégrant l'utilisation de fibres recyclées et de fibres moins impactantes pour l'environnement.

→ **Déploiement de l'affichage environnemental** sur 59 % des produits Kiabi (75 % des produits textiles et sous-vêtements.)

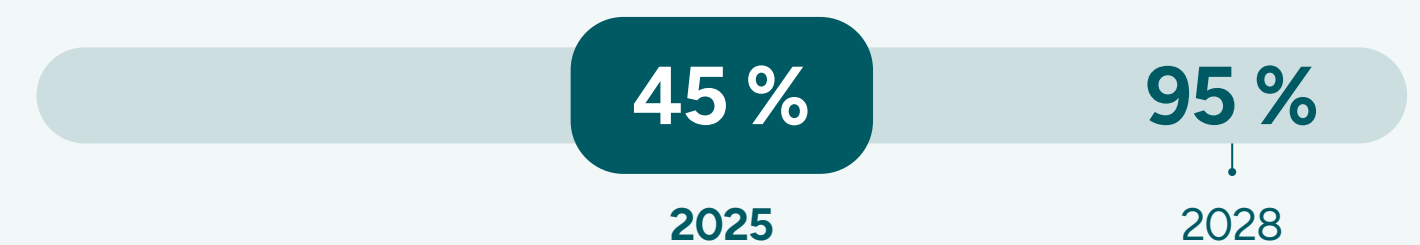
Indicateurs clés 2025

% DANS TONNAGE	2022	2023	2024	2025	cible 2035
Fibres moins impactantes sur l'environnement (pondérées à 40 %)	55 %	55 %	73 %	87 %	92 %
Fibres recyclées (pondérées à 60 %)	5 %	10 %	16 %	26 %	42 %
Score Effort Matière ¹	25	28	39	50	62

• **Part de fibres naturelles** dans nos produits textiles



• **Part de produits tracés ²** dans notre outil Textile Genesis™



1. Le score effort matière est calculé en intégrant pour 60 % le taux de fibres recyclées et pour 40 % le taux de fibres moins impactantes pour l'environnement. En 2025 notre taux de fibres recyclées était de 25 %, et celui de fibres moins impactantes pour l'environnement de 86 %.

2. Un produit est considéré tracé lorsque nous avons identifié et stocké les preuves (certifications d'usine, documents de transaction, facture, documents d'expédition, volumes commandés, contacts, localisation d'usine) provenant des fournisseurs de fibres au fournisseur de produits finis (y compris les traders) ayant participé à la fabrication du produit. Et ce pour chaque commande, que les matériaux soient certifiés ou non.

2.2.3 Production et fournisseurs

La phase de fabrication de nos produits représentant plus de la moitié de nos émissions carbone, il est indispensable de travailler avec nos fournisseurs à la décarbonation des sites de production.

Une évolution de notre politique achats pour mieux gérer les risques sociaux, environnementaux et de traçabilité

• **Auprès de nos fournisseurs directs de rang 1 (confectionneurs)**

Afin d'assurer nos approvisionnements dans un contexte géopolitique international tendu, de maîtriser nos coûts et d'intégrer les conséquences liées au réchauffement climatique, nous adaptons notre plan d'approvisionnement auprès de nos confectionneurs (fournisseurs de rang 1). L'objectif est de progressivement réduire notre dépendance à l'Asie pour rééquilibrer nos zones d'approvisionnement.

Pour ce faire, nous travaillons à consolider le nombre de fournisseurs de rang 1 travaillant pour nous dans ces pays, afin de minimiser l'impact de ce plan sur nos fournisseurs stratégiques.

En complément, nous poursuivons l'ouverture de fournisseurs dans de nouveaux pays comme le Bénin, l'Égypte, la Tanzanie ou encore le Cambodge. Ces nouvelles relations commerciales répondent aussi à notre volonté de développer la production locale pour servir les zones de distribution locales. Chaque ouverture d'un fournisseur repose sur un triptyque d'audits : audit qualité, audit social et audit environnemental.

• **Auprès de nos fournisseurs indirects de rangs 2 et 3 (tisseurs et filateurs)**

En 2025, nous avons reposé une nouvelle stratégie fournisseurs qui catégorise deux types de fournisseurs :

→ **les usines nominées**, qui représentent 30 partenaires. Notre objectif est de fabriquer plus de volumes dans ces usines, qui s'engagent sur des

certifications environnementales, l'utilisation d'énergies renouvelables et des résultats A ou B sur nos audits sociaux et environnementaux (voir page 52). Ces partenaires nous sécurisent notre capacité à s'aligner sur des investissements au service de la qualité, des objectifs environnementaux et sociaux.

→ **les usines autorisées**, qui répondent aux exigences minimales de Kiabi (code de conduite, audits sociaux et environnementaux).

Nominer et autoriser des fournisseurs de rangs 2 et 3 nous permet également d'accroître la traçabilité de nos tissus, et donc de nos produits, nous permettant une mesure plus fine de l'impact environnemental de ces étapes de fabrication.

• **Auprès de nos fournisseurs de rang 4, en garantissant nos exigences sociales et de qualité.**

Décarboner la fabrication de nos produits

Afin d'accélérer la décarbonation de la phase de fabrication de nos produits, nous travaillons avec nos fournisseurs sur trois axes en adoptant des objectifs adaptés aux conditions et à la maturité des différents pays et rangs :

→ **l'efficacité** des procédés de fabrication,

→ l'utilisation de **matières premières** moins impactantes,

→ le développement des **énergies renouvelables**, en particulier électricité renouvelable, en favorisant la production d'énergie sur site ou la signature de PPA (Power Purchasing Agreement, contrats longs termes avec des fournisseurs d'énergies renouvelables). En 2025, nous avons notamment rappelé nos priorités sur le sujet à nos fournisseurs comme notre objectif zéro charbon à horizon 2027 pour nos fournisseurs de rangs 1, 2 et 3. Nous sommes également attentifs à l'utilisation de la biomasse comme énergie thermique, qui ne doit pas contribuer à la déforestation ni être produite au dépend de cultures vivrières.

Nous travaillons également avec nos fournisseurs sur l'efficacité énergétique. En 2025 nous avons ainsi lancé un programme d'un an

avec **l'Université de Cambridge** (Institute of Manufacturing), qui a pour la première fois mis en œuvre sa méthode Sustain 8 en Asie pour l'industrie textile, au sein d'un de nos principaux fournisseurs au Bangladesh. Cette méthode vise à aider les industriels à améliorer leur efficacité énergétique en analysant leurs consommations d'énergie et leur performance opérationnelle, puis en accompagnant le personnel de l'usine dans l'identification et le suivi de plans d'action et de programmes de transformation. Ce programme est testé au sein de deux usines, qui se sont fixées les objectifs à atteindre à la fin du programme : une réduction de -4 % sur la consommation d'électricité de l'usine de filature, -5 % de consommation d'électricité et -3 % de consommation d'énergie thermique (gaz et biomasse) pour l'usine de tricotage et teinture.

Collecter les données environnementales de nos fournisseurs

En complément de nos audits de conformité sur la partie environnementale, nous avons mis en place depuis 2023 un outil destiné à collecter les données environnementales de nos fournisseurs et d'animer un plan d'actions pour améliorer leurs performances. Cet outil évalue la performance et les impacts des usines liés à l'utilisation de l'énergie et de l'eau, au rejet des eaux usées, à la gestion des déchets. Nous valorisons également la mise en place et la certification d'un système de management environnemental, aussi bien que les certifications des bâtiments comme BREEAM ou LEED. En 2025, nous avons élargi le périmètre de fournisseurs évalués, nous permettant ainsi de développer une vision plus fine de la performance de notre chaîne d'approvisionnement. Nous nous sommes également basés sur des données plus fiables collectées via le questionnaire sectoriel HiggFEM, développé par Cascale. En 2025, nous avons ainsi collecté les données environnementales (sur l'année calendaire 2024) de :

→ **244 usines de rang 1**, contre 220 l'année précédente. Parmi elles, 96 usines ayant produit pour les collections Été / Hiver 2025 ont obtenu le statut « Green ». Ces usines représentent 32 % des quantités produites par Kiabi.

→ **302 usines de rang 2**, contre 25 l'année précédente,

→ **47 usines de rang 3**, contre 15 l'année précédente .

Notre objectif est d'orienter nos achats vers les usines « Green ».

Faits marquants

→ Ouverture de **nouveaux fournisseurs** au Bénin, en Egypte, en Tanzanie et au Cambodge dans le cadre de notre nouveau plan d'approvisionnement destiné à sécuriser notre modèle face au contexte géopolitique international et aux conséquences du réchauffement climatique

→ Hausse significative du **nombre de fournisseurs** déclarant leurs données environnementales dans notre outil interne : 593 usines de rangs 1, 2 et 3 contre 260 l'année précédente

→ Expérimentation sur **l'efficacité énergétique** avec un de nos fournisseurs au Bangladesh et l'université de Cambridge

Indicateur clé 2025

32 % des quantités Kiabi sont produites dans des usines ayant obtenu le statut « **Green** » via notre outil interne

2.2.4 Traçabilité et certifications

Réduire nos émissions carbone nécessite la maîtrise de données fiables tout au long de notre chaîne de valeur. Nous avançons donc sur la traçabilité des données environnementales de nos fournisseurs pour maîtriser nos mesures d'impacts, tout en couvrant d'autres enjeux :

→ Connaître avec précision notre **chaîne d'approvisionnement**, savoir de quelles régions viennent nos matières, dans quelles usines et par quels fournisseurs ont été assemblés nos produits,

→ **Maîtriser nos risques qualité**, en permettant de détecter les écarts de composition, standards et quantités des commandes passées,

→ Répondre à diverses **réglementations** comme la loi AGECE en France, et anticiper certaines obligations à venir comme le Digital Product Passport (DPP) au niveau européen.

Nos nouveaux outils de traçabilité

À fin 2025, nous avons engagés 115 fournisseurs asiatiques textile et chaussures, soit 100 % de notre panel de fournisseurs actifs de rang 1 sur ces catégories, dans notre outil de traçabilité : **Textile Genesis™**. Cet outil intègre une authentification tierce et des vérifications automatiques pour plus de fiabilité dans la collecte des données. Nous collectons ainsi des informations comme :

→ le contact chez le fournisseur,

→ la localisation de l'usine,

→ la composition des produits fabriqués,

→ les certifications concernant le produit, l'usine ou les aspects sociaux,

→ les factures,

→ les documents liés à l'expédition des commandes,

→ et optionnellement les documents de transaction.

Nous poursuivons notre travail de sensibilisation afin d'intégrer d'autres fournisseurs à cet outil, et notamment nos fournisseurs européens. **Ces données alimenteront également à partir de 2026 le calcul du coût environnemental de nos produits, affiché à nos clients depuis novembre 2025 sur notre site internet, dans le cadre du déploiement de la démarche volontaire d'affichage environnemental en France** (voir page 61 pour plus d'informations sur notre démarche d'affichage environnemental). Cela nous permettra de rendre le calcul de ce coût plus précis. Le coût

environnemental des produits sera également déployé en interne via un outil de simulation, afin d'aider à la décision les équipes Collections et Achats. Cet outil constituera un nouvel indicateur d'impact environnemental suivi par les équipes concernées.

Nos certifications

Nous nous appuyons également sur des certifications afin de nous assurer de la traçabilité de certaines matières comme le coton issu de l'agriculture biologique ou certaines matières recyclées.

En 2025, nous avons à nouveau été audités par **Ecocert Greenlife** (numéro de licence 271 316), en étendant le périmètre de cet audit à nos trois principaux entrepôts. Nous avons par ailleurs rendu visible à nos clients, pour la première fois en 2025, les certifications **GOTS (Global Organic Textile Standard)**, **OCS (Organic Content Standard)**, **GRS (Global Recycled Standard)** et **RCS (Recycled Claim Standard)** sur les étiquettes de nos produits ainsi que sur nos fiches produit sur le site web Kiabi. Ces informations contribuent à nos efforts de transparence vis-à-vis de nos clients, sur base d'informations fiables et auditées par des organismes tiers. En 2025, nous avons également testé la certification **Cradle to Cradle®** sur une collection de vêtements bébé et enfants réalisée avec 100 % de coton issu de l'agriculture biologique. La certification Cradle to Cradle® est une approche multi-critères basée sur la science pour concevoir, produire et tracer des produits, en intégrant les questions de circularité, et une fabrication qui prend en compte les enjeux environnementaux et humains.

Traçabilité du coton

Nous sommes particulièrement vigilants à la traçabilité du coton, qui représente 64 % de nos matières premières. Nous sommes ainsi signataires de l'US Cotton Trust Protocol®, qui assure la traçabilité des balles de coton produites sur le territoire américain jusqu'au rang 4.

Nous sommes également partenaire d'Oritain, afin de déterminer l'origine géographique du coton que nous utilisons. Oritain a en effet développé une méthode scientifique basée sur l'analyse biologique de la fibre de coton, permettant de déterminer sa zone de production.

Enfin, nous avons mené en 2025 une expérimentation avec nos partenaires Organic Cotton Accelerator (OCA) et US Cotton Trust Protocol® afin de calculer à l'échelle de la parcelle de champs les émissions de CO₂ par kilo de coton produit. Cette donnée nous a permis de compléter un comparatif des émissions liées aux différentes fibres utilisées chez Kiabi, afin d'animer les équipes Collections sur ce sujet.

Faits marquants

→ Mise en place de nouveaux outils pour développer la **traçabilité** et la **collecte de données** chez nos fournisseurs : TextileGenesis™ et Higg Index (Cascale)

→ Affichage des **certifications matières** sur nos étiquettes produits et sur le site internet Kiabi pour plus de transparence envers nos clients

Indicateur clé 2025

100 % de nos fournisseurs asiatiques actifs de rang 1 textiles et chaussures intégrés dans Textile Genesis™

2.2.5 Transports et logistique

Nos principaux leviers de décarbonation des activités de transports et de logistique reposent sur la limitation du recours au transport aérien, l'utilisation de solutions multimodales pour le transport aval, et l'optimisation géographique de nos flux.

Les activités transports

TRANSPORT	2022	2023	2024	2025	Var 22/25
Transport amont					
Départ pays d'origine					
Maritime	94 %	95 %	95 %	96 %	+2 pts
Aérien (dont maritime + aérien)	3 %	1 %	2 %	1,7 %	-1 pt
Ferrovière	3 %	0 %	0 %	0 %	-3 pts
Route	0 %	4 %	3 %	2,6 %	+3 pts
Arrivée Europe					
Route gasoil	88 %	80 %	48 %	35 %	-53 pts
Route bio-carburant (B100, HVO)	0 %	0 %	44 %	61 %	+61 pts
Multimodal (train + barge)	12 %	20 %	8 %	4 %	-8 pts
Transport aval					
Route	92 %	91 %	90 %	90 %	-2 pts
Maritime	7 %	9 %	9 %	9,1 %	+2 pts
Aérien (dont maritime + aérien)	0 %	0 %	1 %	0,9 %	+1 pt

En 2025, nos activités transports ont continué d'être impactées par la **suspension des opérations maritimes via le Canal de Suez**, décidée par de nombreux armateurs face aux risques rencontrés sur cette zone géographique. Le détour mis en œuvre pour rallier l'Asie à l'Europe via le cap de Bonne Espérance a allongé les temps de transit et impacté nos émissions de CO₂ en raison des kilomètres supplémentaires parcourus. De plus, face à une hausse d'activité en 2025 et pour sécuriser certains temps forts commerciaux, nous avons eu **recours à l'aérien pour 1,7 % de nos transports amont**, ce qui vient alourdir notre bilan carbone.

Ce contexte de flux tendu a également eu des conséquences sur l'utilisation du flux multimodal entre les ports et les entrepôts. Nous avons néanmoins limité l'impact carbone en basculant une partie de nos transports vers des solutions bas-carbone afin de favoriser l'utilisation de biocarburants.

Concernant le transport aval, nous continuons à développer l'utilisation de biocarburants, biogaz et énergie électrique : en France c'est ainsi **67 % des magasins qui ont été livrés par des camions ayant recours à ce type d'énergies**. Notre ambition est d'atteindre 100 % en 2027.

Enfin, nous poursuivons également nos tests pour agir sur le **« dernier kilomètre »** des livraisons e-commerce, avec la mise en œuvre de solutions comme WePost (expédition via des voyageurs en train).

Nous souhaitons continuer à travailler sur ces enjeux en collaboration avec les transporteurs e-commerce : c'est pourquoi nous avons organisé en 2025 des ateliers et tables rondes afin de leur présenter nos ambitions sur ces sujets, mais aussi de trouver des solutions communes et des pistes pour bien les accompagner dans la décarbonation des activités e-commerce.

Afin de poursuivre notre mouvement sur la décarbonation des activités transport, nous nous sommes réengagés en 2025 dans le **programme Fret 21**, un programme français d'engagement volontaire des acteurs du transport sur les enjeux climat soutenu par l'Ademe, en ajoutant dans le périmètre les transports liés à nos activités e-commerce, permettant ainsi de couvrir 100 % des activités transports maîtrisées par Kiabi. Nous avons également été récompensés en 2025 par l'ADEME en tant

qu'entreprise ayant connu la meilleure progression dans la démarche de réduction d'empreinte carbone sur ses activités transports.

Les activités logistiques

Concernant nos activités logistiques, nous avons en 2025 réécrit notre schéma directeur à horizon 2030 qui s'appuie sur quatre leviers, dont un consacré à la réduction de l'empreinte carbone de nos activités logistiques. L'objectif est de réduire de 13 % nos émissions de CO₂ sur les flux exports hors Europe. Pour atteindre cette ambition, nous avons identifié la création d'un nouveau bassin supply logistique au cœur de nos zones de distribution, en complément de nos bassins Nord Europe et Sud Europe.

Faits marquants

→ Poursuite de la **suspension des opérations maritimes** par le Canal de Suez

→ Réengagement dans le **programme Fret 21** soutenu par l'Ademe

Indicateurs clés 2025

Diminution du recours au transport aérien pour nos transports

amont : **1,7 %** en 2025 contre 3 % en 2022

67 % des magasins français livrés en bas carbone

Ce troisième bassin nous permettra d'éviter le passage par l'Europe dans la livraison de nos pays franchisés, et d'éviter les coûts environnementaux et financiers induits jusqu'à présent. Il sera également mis en oeuvre afin de réduire les délais d'expédition et le nombre de semaines en stocks de nos produits.

2.2.6 Construction et exploitation de nos sites et magasins

Nos immobilisations sont à l'origine d'un peu moins de 2 % de nos émissions carbone. Dans la phase de construction et d'exploitation de nos bâtiments, les principaux leviers de réduction de nos émissions concernent l'isolation des bâtiments et la réduction des consommations d'énergie.

Construction et analyse du cycle de vie appliquée à l'immobilier

Afin de répondre aux enjeux environnementaux, Etixia a défini trois KPI portant sur les émissions carbone, les consommations d'énergie et la biodiversité. Dans le détail, la décarbonation est monitorée par 2 KPI :

→ l'intensité carbone du bâti, exprimant le poids éq. CO₂ par m² des surfaces construites dans l'année. L'objectif est une baisse annuelle de 2 %.

→ l'intensité carbone de l'exploitation, exprimant le poids éq.CO₂ par m² des consommation d'énergie liées à l'usage des bâtiments. L'objectif est une baisse annuelle de 5 %.

Dans le cadre de l'animation de ces objectifs, les équipes Etixia ont systématisé en 2025 la mise en oeuvre d'analyses de cycle de vie sur tous les projets immobiliers (construction, réhabilitation, restructuration).

Sur le volet consommation d'énergies, Etixia a missionné un prestataire afin d'identifier les sites les plus consommateurs pour engager des travaux d'isolation et sensibiliser les locataires sur l'exploitation de leur bâtiment. En 2025, ce sont ainsi sept toitures qui ont été rénovées sur le parc Etixia afin de palier à des déperditions d'énergie.

L'exploitation de nos magasins

Le principal impact lié aux émissions de gaz à effet de serre pour l'exploitation de nos magasins provient de nos consommations énergétiques. **En 2025, nos consommations énergétiques pour les magasins français ont diminué de 7 % par rapport à 2024.** Notre volonté était d'atteindre une diminution de 10 % cette année. Cependant les épisodes de canicules en France, durant l'été 2025, ont conduit à une augmentation de la consommation d'énergie liée à l'utilisation de nos climatiseurs, ce qui impacte notre bilan annuel.

Nous poursuivons les chantiers engagés :

→ remplacement des éclairages en magasin par des lampes LED. En 2025, 210 magasins français sont ainsi équipés d'éclairages LED,

→ le pilotage à distance via des programmes horaires des éclairages, climatisation et chauffages de nos magasins via un système de gestion technique du bâtiment, pour contrôler et réguler des justes consommations. En 2025, 100 % de nos magasins français sont équipés.

→ le réemploi systématique des éclairages et mobiliers en bon état à l'issue de travaux de rénovation ou de relookings de nos magasins. En 2025 ce sont ainsi 10 magasins qui ont bénéficié de ce type de matériels.

Nous poursuivrons ces chantiers en 2026 avec notamment un investissement important dans de nouveaux climatiseurs moins consommateurs en termes d'énergie, pour 12 de nos magasins français.

Fait marquant

→ Mise en oeuvre **d'analyses de cycle de vie** sur tous les nouveaux projets de notre foncière immobilière Etixia.

Les défis à relever sur le climat

→ Face à notre succès commercial, réussir notre **trajectoire carbone** en absolue et en intensité, activant de nouveaux leviers, qui nous réalignent avec les ambitions scientifiques

→ Concilier **durabilité physique** et **trajectoire carbone**

→ **Être plus granulaire dans notre capacité à modéliser nos impacts carbone** et à intégrer nos leviers d'actions supplémentaires tels que la qualité, la réparation, la substitution de la seconde main à la première main...

→ **S'outiller pour gérer et fiabiliser** l'ensemble des bilans environnementaux, en particulier concernant le carbone

→ Continuer à améliorer la traçabilité sur toute notre chaîne de valeur, en augmentant nos exigences de **certifications matières** et en embarquant de plus en plus de fournisseurs et plus de catégories de produits dans l'outil TextileGenesis™

→ **Développer notre datalake multisources** afin d'améliorer la traçabilité et de répondre à certaines obligations réglementaires à venir (comme le Digital Passport Product)

→ **Gagner en agilité** et en **proactivité** pour activer au mieux l'ensemble des leviers de décarbonation, en particulier ceux en lien avec la production, et piloter au plus près notre trajectoire carbone

2.

Environnement

2.3. Utilisation des ressources en eau & leur pollution

2.3.1 Bilan eau

En 2025, nous avons réduit notre consommation nette d'eau douce de 19 % par rapport à 2022, en ligne avec notre objectif de réduction de 16%.

Notre consommation nette d'eau douce était ainsi de 177 millions m³ pour nos activités.

Notre objectif à horizon 2035 reste de réduire de 40 % cette consommation (par rapport à 2022). Nous prévoyons par ailleurs de travailler à l'écriture d'un nouvel indicateur de mesure sur la pollution de l'eau.

INTENSITÉ EAU DU CHIFFRE D'AFFAIRES	2022	2023	2024	2025	Var 22/25	cible 2035
Chiffre d'affaires en millions d'euros	2 201	2 216	2 319	2 494	+13 %	6 000
Consommation nette d'eau douce en Mm ³	218	159	176	177	-19 %	131
Intensité CA / m ³ d'eau	99	71,7	75,9	71,1	-28 %	22

2.3.2 Matières et conception

Le coton représente à lui seul 64 % des tonnages de matières premières utilisés pour l'ensemble de nos produits. Afin de réduire la forte consommation d'eau nécessaire à sa culture, et les impacts liés à l'utilisation de pesticides, nous développons le recours au coton recyclé, qui représente 4,3 % des tonnages de matières premières utilisés pour la fabrication des produits Kiabi.

Nous développons également le recours à certains types de cotons dont la culture est moins impactante en termes d'utilisation d'eau et de pesticides :

→ **Le coton issu de l'agriculture biologique.** Ce type de culture n'utilise pas de graines modifiées génétiquement ni d'engrais synthétiques et développe une irrigation raisonnée. Le coton issu de l'agriculture biologique représente 23,3 % des tonnages de matières premières utilisées pour l'ensemble de nos produits.

→ **Le coton en conversion,** afin de soutenir les agriculteurs dans leur transition entre l'agriculture conventionnelle et l'agriculture biologique. Le coton en conversion représente 4,5 % des tonnages de fibres utilisés chez Kiabi. Afin de contribuer au développement de cette offre, nous avons rejoint en 2021 l'initiative Organic Cotton Accelerator (OCA), qui a pour but d'accompagner le développement d'une offre de coton biologique mondiale en engageant l'ensemble des acteurs de la filière textile, des fermiers aux industriels. Depuis 2024, nous avons renforcé cet engagement en siégeant au conseil d'administration d'OCA.

→ **Le coton issu de l'agriculture régénératrice**¹, avec notre partenaire Reforest'Action, qui contribue à préserver l'hydratation des sols grâce à la plantation d'arbres sur les parcelles de cultures gérées par OCA, afin d'intégrer ces efforts à notre chaîne de valeur.

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

2.3.3 Procédés de fabrication

Afin de réduire l'utilisation et la pollution de l'eau lors de la phase de fabrication de nos produits, nous animons depuis plusieurs années nos fournisseurs sur l'utilisation de procédés moins consommateurs d'eau :

→ **Les procédés de lavage et prélavage moins consommateurs d'eau :** déjà utilisés sur tous nos denims, ces procédés ont été étendus en 2025 à toutes nos catégories de produits nécessitant un lavage, comme les

chemises ou les t-shirts, ce qui représente au total un tiers des produits Kiabi. Cette technique est soumise à quatre critères : la réalisation d'un audit environnemental dans l'usine concernée, la réduction des substances chimiques utilisées lors du délavage ou du prélavage (normes REACH et AFIRM), l'utilisation de technologies pour réduire la consommation d'eau (définies par notre équipe en charge des procédés industriels) et enfin l'attribution d'un score calculé via le logiciel Environmental Impact Measurement (EIM). Ces procédés nous ont permis d'économiser 479 millions de litres d'eau pour les campagnes d'achats de produits 2025.

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

→ Les tests sur des **teintures moins consommatrices en eau.**

En 2025, nous avons redéfini, en interne, trois niveaux de progression pour évaluer et animer nos fournisseurs sur ce sujet :

→ **niveau bronze :** utiliser au moins un des procédés de délavage/prélavage moins consommateurs d'eau ou avoir recours à un système de réutilisation de l'eau (avec au minimum 80 % d'eau réutilisés),

→ **niveau argent :** utiliser au moins un des procédés de délavage/prélavage et avoir recours à un système de réutilisation de l'eau (avec au minimum 80 % d'eau réutilisés) ou utiliser 100 % de procédés de délavage/prélavage moins consommateurs d'eau,

→ **niveau or :** utiliser 100 % de procédés de délavage/prélavage moins consommateurs d'eau et avoir recours à un système de réutilisation de l'eau (avec au minimum 80 % d'eau réutilisés).

En 2025, nous avons également entamé un processus de certification OEKO-TEX® STeP avec nos fournisseurs ayant des usines de prélavages et de lavages, afin d'obtenir à terme le label de traçabilité Made in Green. 11 usines ont été certifiées OEKO-TEX® STeP.

2.3.4 Lutte contre la pollution chimique

L'utilisation de substances chimiques pour la fabrication de nos produits nécessite une approche extrêmement responsable, afin de maîtriser

les risques de pollutions de l'eau et de l'environnement, et de préserver la santé des ouvriers qui fabriquent nos produits et des familles qui les utilisent.

Cet enjeu est une priorité pour Kiabi. C'est pourquoi nous nous alignons sur les législations internationales cadrant l'utilisation de ces substances lors de la fabrication des produits ou sur le produit fini, comme la réglementation européenne REACH.

Nous travaillons également avec de nombreux acteurs majeurs de la distribution, comme l'initiative AFIRM, (Apparel and Footwear International RSL Management), à la mise à jour de la liste des substances restreintes (RSL). Dans le cadre de notre démarche d'amélioration continue, et pour agir directement sur notre chaîne d'approvisionnement, nous sommes également devenus en 2024 **signataire de l'organisation ZDHC** (Zero Discharge of Hazardous Chemical). Ce programme vise l'objectif ambitieux de « zéro rejet de produits dangereux », afin de réduire les impacts sur l'eau et la biodiversité.

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

En 2026, nous allons notamment initier **la démarche Clearstream** de ZDHC avec nos fournisseurs afin de mesurer et diminuer les impacts environnementaux sur l'eau. Afin de garantir une innocuité maximale vis-à-vis du risque chimique, Kiabi s'appuie sur la certification OEKO-TEX® STANDARD 100. En 2025, 78 % de l'ensemble de nos produits textiles (en nombre de pièces) bénéficient de cette certification, dont plus de 98 % des produits de notre gamme bébé, soit une hausse de 14,7 % en 2025 par rapport à 2024. En 2025, l'ensemble des fibres recyclées et en coton issu de l'agriculture biologique sont dans le périmètre des certificats OEKO-TEX® STANDARD 100. Un travail est en cours avec nos achats via importateurs afin d'appliquer la même démarche.

2.3.5 La construction et l'exploitation de nos sites et magasins

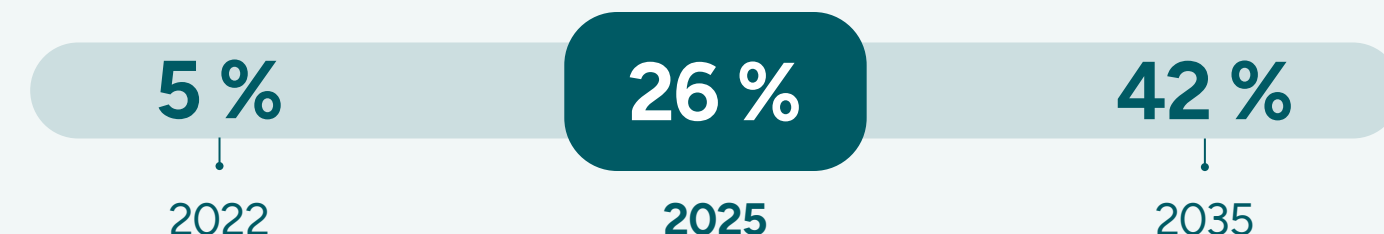
Concernant l'exploitation de nos sites, afin de détecter les fuites d'eau en amont et d'intervenir au plus vite, nous avons implanté en octobre 2025 des compteurs sondes dans 57 de nos 322 magasins français en succursale. Notre enjeu est de contribuer à préserver la ressource en eau et d'économiser 15 % de nos consommations annuelles en magasins.

Indicateurs clés 2025

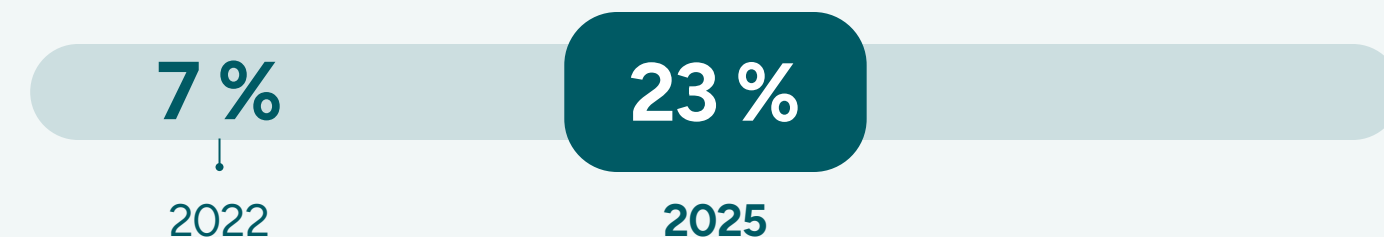
• Consommation nette d'eau douce (m³)



• Part des fibres recyclées dans l'ensemble de nos produits



• Part de produits conçus avec du coton issu de l'agriculture biologique



Faits marquants

- Utilisation de **procédés industriels de lavage moins consommateurs d'eau** pour tous les produits Kiabi nécessitant un lavage
- **Animation de nos fournisseurs** sur la consommation d'eau sur trois niveaux
- **Kiabi renforce sa position** au capital d'Everdye au travers du fonds d'investissement Asterion, afin de progresser sur la réduction des impacts environnementaux liés aux procédés industriels de teinture

Les défis à relever sur les ressources en eau et leur pollution

- Développer le recours aux **matière recyclées** pour atteindre 42 % de fibres et matériaux recyclés dans nos produit d'ici 2035
- Définir une stratégie et mener un plan d'actions en lien avec la **gestion de l'eau**
- **S'outiller pour gérer et fiabiliser** l'ensemble des bilans environnementaux, notamment concernant la gestion de l'eau
- Intégrer une **nouvelle mesure** sur la pollution de l'eau

2.

Environnement

2.4 Biodiversité & occupation des sols

2.4.1 Bilan sur le taux d'occupation des sols

En 2025, notre taux d'occupation des sols était de 97 066 hectares, soit une hausse de +6 % vs 2022. Tout comme pour notre bilan carbone, l'augmentation des volumes produits et mis sur le marché par Kiabi expliquent cette hausse. En complément, nous intégrons dans ce bilan les impacts liés à l'augmentation de notre utilisation du coton issu de l'agriculture biologique, dont l'emprise au sol est plus importante que pour les cultures conventionnelles.

2.4.2 Matières

Notre impact sur les sols provient principalement de notre utilisation du coton, qui représente 64 % de nos tonnages de matières premières utilisés pour l'ensemble de nos produits.

Les matières recyclées

Le principal levier matières pour réduire notre taux d'occupation des sols est de développer l'utilisation de matières naturelles recyclées ainsi que l'optimisation de l'utilisation de matières premières naturelles vierges. Nous avons ainsi utilisé en 2025 4,3 % de fibres de coton recyclé pour la fabrication de nos produits.

Les matières premières vierges

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

→ **Coton recyclé**, qui permet de réduire les impacts sur les sols liés à l'utilisation de fibres vierges.

→ **Coton issu de l'agriculture biologique**. Ce type de culture n'utilise pas de graines modifiées génétiquement ni d'engrais synthétiques.

→ **Coton en conversion**, afin de soutenir les agriculteurs dans leur transition entre l'agriculture conventionnelle et l'agriculture biologique. Pour contribuer au développement de cette offre, nous avons rejoint en 2021 l'initiative Organic Cotton Accelerator (OCA), qui a pour but d'accompagner le développement d'une offre de coton biologique mondiale en engageant l'ensemble des acteurs de la filière textile, des fermiers aux industriels. Depuis 2024, nous avons renforcé cet engagement en siégeant au conseil d'administration d'OCA.

→ **Coton issu de l'agriculture régénératrice**¹, avec nos partenaire Reforest'Action, OCA et US Cotton Trust Protocol®.

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

En 2025, nous avons ainsi poursuivi un test dans la province d'Odisha en Inde, sur des parcelles gérées par OCA. En complément des économies d'eau réalisées, de la limitation de l'érosion des sols et de la préservation de la biodiversité locale, cette expérimentation a permis d'augmenter le revenu des fermiers grâce à la vente des produits des arbres fruitiers plantés. Nous étudions la possibilité d'élargir cette initiative à d'autres provinces comme celle du Madhya Pradesh.

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

Les procédés de fabrication

Afin d'évaluer et d'optimiser notre consommation de coton, nous avons mené un test en 2025 avec US Cotton Trust Protocol® et l'un de nos

fournisseurs au Bangladesh. Ce test avait pour but de mesurer les pertes de coton à chaque étape de la production, depuis la réception de la balle de coton jusqu'au produit fini.

Nous avons ainsi comparé deux cotons, un coton brésilien et un coton US Cotton Trust Protocol®. Les apprentissages de ce test sont en cours de formalisation, ils doivent nous permettre d'avoir plus de transparence sur nos coûts et sur la qualité des fibres utilisées. Suite à ce test, la branche technique d'US Cotton Trust Protocol® – Cotton USA Solutions- assiste également notre fournisseur afin d'ajuster les machines de l'usine et de minimiser les pertes de matières lors des différentes étapes de fabrication.

2.4.3 L'exploitation de nos sites et magasins

L'industrie immobilière du commerce est directement concernée par le sujet de **l'artificialisation des sols**, en y ayant contribué par la création de zones d'activités en périphérie des villes. La stratégie et la démarche d'Etixia sont aujourd'hui résolument orientées vers la mutation et l'amélioration des zones existantes.

Parmi les axes d'amélioration, la re-végétalisation des espaces est fortement appréhendée. Cette démarche est monitorée par **le CBS (Coefficient de Biotope par Surface)**, qui évalue la dimension végétale dans toutes les composantes d'un site urbanisé (parking, murs, toitures...). Notre objectif est une hausse annuelle de 8 % du CBS sur le parc objet de programmes de transformation.

Faits marquants

→ **Développement des tests** menés avec notre partenaire Reforest'Action en Inde sur une parcelle OCA (Organic Cotton Accelerator).

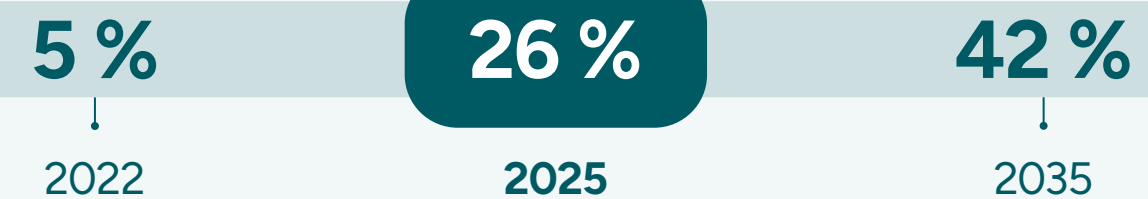
→ **Expérimentation pour limiter les pertes de coton** sur la chaîne de production avec un de nos partenaires au Bangladesh et US Cotton Trust Protocol®.

Indicateurs clés 2025

• Occupation des sols (ha)



• Part des fibres recyclées dans l'ensemble de nos produits



23 % de produits conçus avec du coton issu de l'agriculture biologique

Les défis à relever sur la biodiversité et l'occupation des sols

→ Définir une **stratégie** et mener un **plan d'actions** complet en faveur de la biodiversité, incluant notre foncière Etixia

→ S'outiller pour **gérer** et **fiabiliser** l'ensemble des bilans environnementaux, notamment en faveur de la biodiversité

→ **Développer des tests** menés avec notre partenaire Reforest'Action pour un passage à l'échelle

→ **Améliorer le rendement** de la culture et de la production de nos fibres naturelles

2.

Environnement

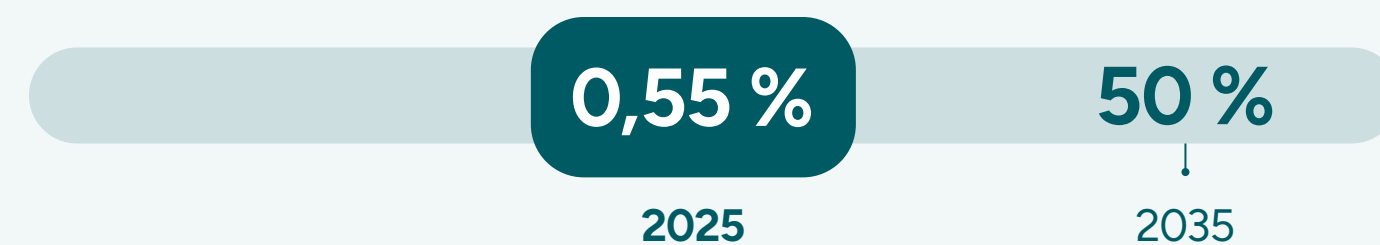
2.5 Utilisation des ressources & économie circulaire

2.5.1 Bilan sur l'utilisation des ressources et économie circulaire

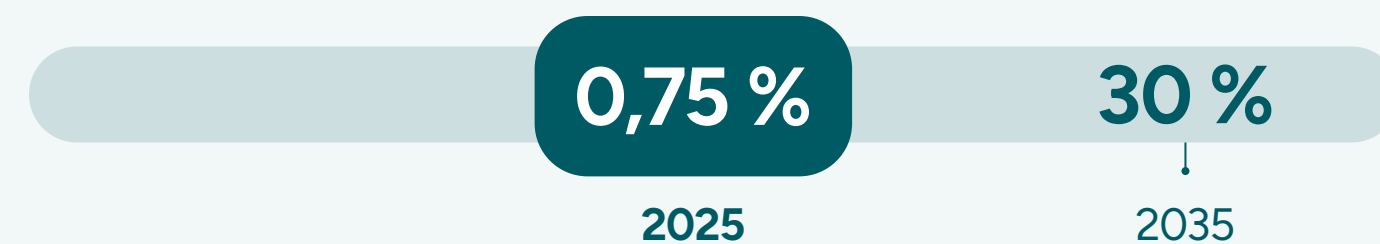
Les indicateurs sur lesquels nous nous appuyons pour le développement de l'économie circulaire sont le pourcentage de nos produits vendus en seconde main ainsi que la part de chiffre d'affaires moins impactant, qui comprend la seconde main, la personnalisation, l'abonnement « En Famille + » ainsi que nos activités de retail media. En 2025, la seconde main représentait 0,55 % des produits vendus par Kiabi, et le chiffre d'affaires moins impactant était de 0,75 %. Ces performances ne nous permettent pas d'atteindre nos objectifs fixés à respectivement 1,6 % et 1,1 %. Nous travaillons également sur l'utilisation de matières recyclées et menons de premières expérimentations pour fabriquer nos produits textiles à partir de déchets post-industriels ou post-consommateurs. (voir page 35).

Indicateurs clés 2025

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



• Part du chiffre d'affaire qualifié de moins impactant



En 2025, nous avons nommé un leader circularité, qui a permis l'écriture de notre premier schéma directeur circularité « boucle dans la boucle ». Ce schéma a pour objectif d'identifier les solutions industrielles, technologiques et digitales pour développer les enjeux de circularité à tous les niveaux de notre chaîne de valeur, de la matière au client final.

2.5.2 Matières et conception

Notre principal levier pour réduire l'utilisation des ressources naturelles et développer la circularité repose sur l'utilisation de fibres recyclées. Nous utilisons aujourd'hui 26 % de ces fibres dans nos produits avec l'objectif d'atteindre 35 % en 2028 et 100 % pour les fibres synthétiques recyclées.

En 2025, nous avons renforcé les critères de notre cadre en cinq étapes pour réduire l'impact environnemental de nos produits, introduisant notamment la volonté de supprimer l'utilisation du polyester conventionnel dans nos produits textiles (voir page 20 pour le cadre de conception moins impactant sur l'environnement). Aujourd'hui nous avons toujours 4 % de polyester conventionnel et 1,4 % de coton conventionnel.

Afin d'animer ce sujet qui représente un fort levier dans la réduction de l'utilisation des ressources, nous l'avons intégré à notre indicateur « effort matière ». Ce dernier est calculé en intégrant pour 60 % le taux de fibres recyclées et pour 40 % le taux de fibres moins impactantes pour l'environnement comme le coton issu de l'agriculture biologique par exemple (voir page 21 pour la liste de nos matières moins impactantes sur l'environnement).

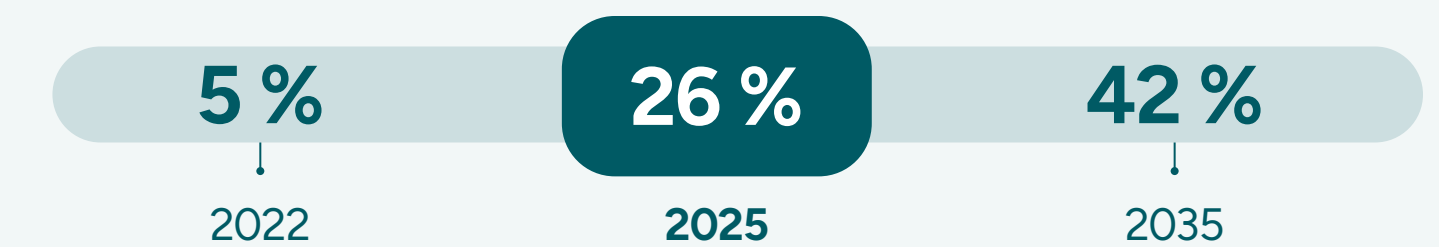
Nous suivons également la part de nos produits en mono-composition pour faciliter leur recyclage : en 2025, 48 % de nos produits textiles étaient en mono-composition.

Fait marquant

→ Renforcement des critères de notre cadre en cinq étapes pour **réduire l'impact environnemental de nos produits**, introduisant notamment la volonté de supprimer le polyester conventionnel et le coton conventionnel pour développer l'usage des matières recyclées

Indicateur clé 2025

• Part de fibres recyclées dans nos produits



De premières expérimentations « textile à textile »

En 2025, nous avons initié trois tests de fabrication de nos produits à base de déchets textiles :

→ Nous avons recyclé, fin 2025, quatre tonnes de coton effiloché issu de denims post-consommateurs. Cette matière a été envoyée à l'un de nos fournisseurs asiatiques pour produire du nouveau fil.

→ Nous avons pris part à l'appel à projet de l'éco-organisme Refashion, pour accompagner la mise en œuvre de solutions industrielles destinées à intégrer des matières issues de gisements post-consommateurs dans la fabrication de produits textiles. Ce travail nous permettra de mettre en marché dès 2026 des denims, tote bags et futas à partir de cette matière recyclée avec un écosystème local.

→ Nous avons lancé un test « textile à textile » avec l'un de nos fournisseurs asiatiques qui utilisait jusqu'à présent de la matière issue de bouteilles en plastique recyclé. Ce fournisseur a testé en 2025 l'utilisation de vêtements usagés pour la fabrication de nouveaux produits, dans l'objectif de pouvoir traiter des déchets de vêtements européens à horizon 2027.

2.5.3 Offre première main : durabilité physique et émotionnelle

Nous intégrons les enjeux liés à l'utilisation des ressources et à la circularité dans notre offre de première main à travers un travail sur la qualité, la durabilité physique comme émotionnelle mais aussi une diminution de notre largeur d'offre.

La qualité

2025 a été marqué par la montée en puissance autour de la notion de **qualité de nos produits, en préservant notre singularité d'accessibilité prix**. La qualité est un enjeu majeur pour assurer la satisfaction de nos clients et garantir que les produits achetés couvrent bien leurs besoins. Notre service qualité pour les produits de première main travaille dès la réception des commandes en entrepôts sur le sol européen, jusqu'à l'écoute de toutes les remontées clients. Dans tous nos pays, sur les canaux e-commerce ou magasins, nous analysons les différentes données sur les taux de retour.

Nous étudions également avec attention les commentaires laissés par nos clients sur le site web de Kiabi. En complément, nous engageons nos équipes, avec la communauté Viva Engage, qui permet à 1 900 collaborateurs de remonter des problèmes qualités, essentiellement issus des magasins. L'ensemble de ces remontées conduit à des investigations et des contrôles, représentant en moyenne 200 requêtes par saison.

Les conclusions des enquêtes sont utilisées dans notre **processus d'amélioration continue** : en collaboration avec les équipes internes concernées et nos fournisseurs, nous identifions les causes racines du problème et implémentons un plan d'action correctif. Nous faisons évoluer nos bonnes pratiques de fabrication et d'inspection pour limiter le risque d'apparition du même défaut chez d'autres fournisseurs.

Nous disposons pour cela d'équipes dédiées au suivi qualité avec nos fournisseurs en Inde, au Bangladesh, en Chine, en Turquie et au Cambodge pour être au plus près des usines. Ce lien étroit nous permet de développer un partenariat de confiance avec nos fabricants et d'harmoniser les bonnes pratiques de fabrication et d'inspection sur tout notre parc fournisseurs. L'objectif est de limiter les risques d'apparition de défauts connus et de non-conformité des produits avant leur expédition mais aussi d'optimiser l'utilisation des ressources et de limiter les pertes.

En 2025, le service qualité a également accompagné la diversification de l'offre Kiabi et de ses nouvelles marques, autour de produits tels que

Indicateur clé 2025

3,52 % Taux de retour des produits Kiabi en 2025

- Les deux tiers des retours sont liés à une **décision du client** ne concernant ni le taillant ni la qualité du produit
- Une partie des retours concerne **la taille** des produits. Les vêtements retournés sont alors remis en rayon
- Une autre partie des retours concerne un **problème qualité** sur un produit défectueux (problème au lavage, accessoire cassé, trou...) qui sont en régression sur 2025

le linge de maison (Kiabi Home), la chaussure premier pas (Kitchoun) et le développement de notre nouvelle marque de sport Ekstract. Nos équipes ont été présentes auprès des services achats et offres sur l'élaboration de cahiers des charges dédiés à ces nouvelles typologies de produits. Nous étendons également notre approche qualité à notre offre de seconde main grâce à des process qualité pour la collecte et l'achat des produits de seconde main.

La qualité des produits passe aussi par l'excellence opérationnelle. Nous avons donc renforcé notre démarche d'amélioration continue en 2024 en obtenant la certification ISO 9001 : 2015 : Systèmes de management de la qualité pour notre entité d'achat et de suivi de production, à Hong Kong. Nous avons poursuivi le développement de la certification ISO 9001 en 2025 en certifiant notre bureau à Shanghai.

Améliorer la durabilité physique

Les enjeux de durabilité se travaillent dès la phase de conception de nos produits, c'est pourquoi nous avons renforcé les critères de durabilité

de notre cadre en 5 étapes pour réduire l'impact environnemental de nos produits (voir page 20). Notre ambition est de nous aligner sur des critères normés avec les tests de durabilité définis par l'éco-organisme Refashion.

Nous avons également initié des ateliers pour réfléchir à des problématiques spécifiques comme le boulochage. Nous avons ainsi mené un atelier multidisciplinaire sur le boulochage des pulls, à partir duquel nous avons écrit un guide pour faciliter le travail des équipes sur le sujet. Ce guide sera disponible en 2026.

Travailler les enjeux de durabilité, c'est aussi bien connaître les procédés industriels choisis pour fabriquer nos produits. En 2025, nous avons donc recensé nos fournisseurs sur l'étape de tissage, afin de débiter un premier état des lieux de la qualité des procédés de fabrication mis en œuvre.

Repenser la durabilité émotionnelle

En 2025, nous avons poursuivi le travail sur l'offre en réduisant la largeur d'offre sur le textile de première main au profit d'une profondeur d'offre plus juste. Nous intégrons également les enjeux de seconde main avec des partis pris.

Nous avons ainsi organisé en 2025 un atelier avec nos directrices de

Faits marquants

→ Mise en vente de notre gamme de produits **« Nos Essentiels »**, avec le meilleur rapport qualité / prix

→ Renforcement des critères de notre cadre en cinq étapes pour **réduire l'impact environnemental de nos produits**, en introduisant notamment des tests normés sur les questions de durabilité

collections pour travailler un assortiment cohérent première/seconde main. Nous intégrons également des réflexions dans le travail de nos collections sur la durabilité extrinsèque, afin de lutter contre l'obsolescence des produits de mode. Il s'agit d'identifier les couleurs, les motifs dont les clients ne se lasseront pas ou les tendances mode qui persisteront dans la durée.

En 2025, nous avons également requalifié notre offre auprès de nos clients, avec notamment **la mise en vente dès début 2025 d'une offre « Nos Essentiels », notre meilleure réponse aux besoins de nos clients en termes de rapport qualité / prix.** « Nos Essentiels » recouvrent des typologies de produits intemporels, basiques du vestiaire, pour lesquels nous avons mené un travail important autour de la matière : matières naturelles, recyclées ou certifiées, grammages plus importants pour augmenter la résistance, couleurs intemporelles.

2.5.4 Offre de seconde main

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

→ Il s'agit d'un moyen de **décarboner notre offre**, en évitant les impacts environnementaux liés à la fabrication de produits neufs,

→ La seconde main représente également une **nouvelle forme d'offre et un nouveau levier de création de valeur**, en lien avec notre Vision 2035,

→ Enfin elle répond aux **besoins de nos clients**, notamment sur l'accès à une offre plus large, à des prix accessibles.

Après le rachat de la plateforme Beebs en 2024, nous avons continué en 2025 à structurer notre approche de la seconde main avec la création d'un pôle seconde main magasins, qui vient compléter le pôle digital historique de Beebs. Ce pôle magasins, composé d'un leader seconde main, de 3 chefs de projet, d'une équipe achats et offre et d'une équipe marketing omnicanale, a pour objectif d'accompagner, de former les

équipes magasins à la seconde main, et de créer l'expérience client la plus optimale. Ces équipes ont ainsi travaillé en 2025 :

→ à une **expérience unifiée du parcours client** depuis les applications Beebs et Kiabi.

→ au déploiement de la seconde main dans **100 % du parc de magasins français** (hors affiliés) à travers un service de collecte, permettant de compléter l'expérience digitale depuis l'application Beebs et de créer une offre hybridée. Ce service de collecte permet également à nos clients de bénéficier d'un bon d'achat Kiabi contre la collecte de leurs produits de mode destinés à la revente en seconde main.

→ à l'initiation d'une **stratégie d'achats de balles de produits de seconde main** auprès de notre fournisseur Eureka, en complément de la collecte, afin de compléter notre stock d'offre de seconde main en magasins.

Ces balles ont ainsi été livrées à notre hub circulaire de tri de Douai pour être traitées par notre prestataire Simastock, avant de redistribuer les produits aux magasins du nord de la France. Nous avons également massifié et optimisé le transport de ces produits vers nos magasins en France en créant un flux mutualisé avec nos produits de première main.

En complément, nous poursuivons différents tests pour continuer à apprendre sur la seconde main :

→ **la petite braderie** : un format de location de stand de revente de produits de mode pour les particuliers, au sein des magasins Kiabi, disponible dans cinq magasins,

→ **KidKanaï** : la marque laboratoire de Beebs, qui a par exemple permis de tester en 2025 un espace de vente au sein d'un magasin EasyCash à Neuville En Ferrain, dans le nord de la France.

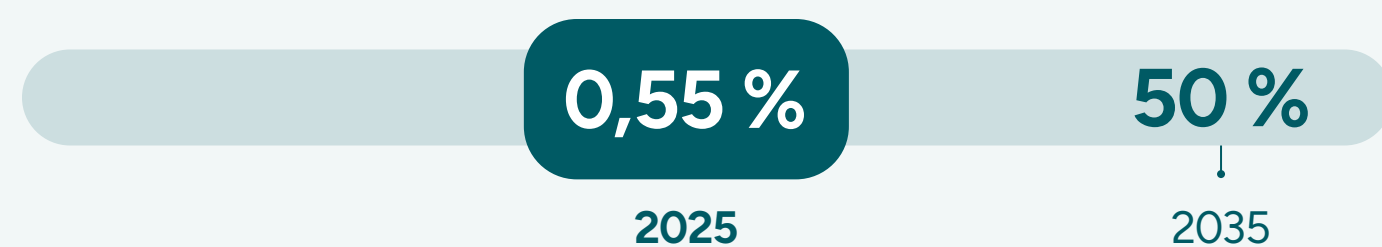
Nous prévoyons d'élargir dès 2026 la seconde main (offre et collecte) à nos magasins en Belgique, Espagne, Portugal et Italie, et de travailler à l'identification de nouveaux fournisseurs de balles de seconde main en Europe.

Faits marquants

- Création d'un **pôle seconde main** magasins.
- Initiation d'une stratégie d'achats de **balles de produits de seconde main** pour alimenter nos stocks magasins.
- Création d'un **hub circulaire** de tri intégré à la logistique de Kiabi
- Mise en place de **la collecte de produits de seconde main** dans 100 % des magasins français (hors affiliés)

Indicateur clé 2025

- **Part des produits de seconde main dans l'ensemble des articles vendus chez Kiabi**



2.5.5 Usage et fin de vie des produits

La gestion de nos invendus ou défectueux est avant tout un sujet que nous traitons en amont de nos magasins, en calculant au plus juste nos prévisions de ventes et allocations de produits par canal (magasin ou web). Néanmoins, en fin de saison, il reste des produits neufs invendus (plus de 6,4 millions de pièces en 2025). Ces produits neufs invendus sont écoulés de 3 façons :

- Les **dons** à des associations locales en France,
- Le don à nos boutiques solidaires « Le Petit Magasin »
- Les **soldeurs**, à qui nous revendons nos stocks d'invendus entrepôts et magasins des autres pays que la France. Ils les revendent ensuite sur des territoires sur lesquels nous n'avons pas de point de contact,
- Les **marketplaces**, qui nous proposent des solutions d'écoulement en digital (comme Showroom Privé par exemple).

Les groupes de travail de la filière

Parce que les enjeux de fin de vie des produits textiles se jouent à l'échelle de la filière, nous participons activement à ces sujets en rejoignant des initiatives collectives. Administrateur et membre du conseil de Refashion, l'éco-organisme de la filière textile, habillement, linge de maison et chaussures, nous avons contribué en 2025 à plusieurs groupes de travail sur les enjeux de fin de vie des produits textiles :

- participation au **collectif écoconception chaussures**,
- participation au **collectif écoconception lingerie**,
- participation au **groupe de travail experts écomodulation**.

Nous prenons également part au groupe de travail **écoconception d'Acts and Facts**.

La responsabilité élargie du producteur (REP)

Avec la grève de certains collecteurs- trieurs textiles en France à l'été 2025 et la réouverture du cahier des charges de la REP textiles, linge de maison et chaussures, l'année 2025 a été marquée par des questionnements profonds sur le sujet de la viabilité de la filière de fin de vie des articles usagés dans le secteur de la mode.

Avec des gisements toujours plus importants et de moins en moins qualitatifs, des exutoires peu nombreux, l'ensemble de la filière est remis en question. Dès la fin d'année 2024, en tant que premier metteur en marché textile et administrateur de Refashion, Kiabi avait demandé la réouverture du cahier des charges de la REP textile, linge de maison et chaussures. C'est donc naturellement que Kiabi a pris part au groupe de travail Re_Actt, une initiative menée par l'éco-organisme Refashion pour réouvrir le cahier des charges et donner les moyens à la filière d'atteindre ses objectifs. En cohérence, nous avons contribué aux consultations publiques multipartites initiées par le ministère, en participant aux consultations publiques individuellement et collectivement via Refashion et notre fédération l'Alliance du Commerce.

Nous avons également rejoint le collectif Task Force constitué de plus de 40 acteurs engagés dans le développement de la filière, des parties prenantes représentatives de l'ensemble des maillons de la chaîne de valeur : acteurs de l'amont et de l'aval, metteurs en marché, fédérations professionnelles et experts. Ce groupe a fortement contribué à une étude réalisée par le cabinet (RE)SET, coordonnée par Paris Good Fashion et co-financée par le DEFI, le CTC, SynergiesTLC et Circ, et dont l'objectif était la modélisation d'une filière optimisée de gestion de fin de vie des textiles, linge de maison et chaussures à horizon 2035.

Chez Kiabi, nous considérons qu'il est indispensable de faire collaborer l'ensemble des acteurs de la filière sur ce sujet, afin de faire émerger une filière de revalorisation efficace et pérenne, dont le recyclage local sera un pilier majeur.

En complément, après avoir rejoint en 2024 l'éco-organisme espagnol RE-VISTE, nous avons rejoint en 2025 Erion Textiles, l'éco-organisme italien qui rassemble les metteurs en marché de la filière afin de répondre à la mise en œuvre de la REP textile dans les états-membres européens. Nous avons également travaillé en 2025 à l'arrivée de la nouvelle REP des emballages professionnels, qui entrera en vigueur en 2026.

Enfin nous menons en permanence un travail de fond pour cartographier les REP en vigueur dans l'ensemble des pays où nous sommes metteurs en marché et s'assurer de notre conformité légale.

Faits marquants

- Participation au **groupe de travail Re_Actt**, mené par Refashion, sur la réécriture du cahier des charges de la REP textile
- Intégration à l'éco-organisme **Erion Textiles** en Italie

Les défis à relever sur les ressources et l'économie circulaire

- Augmenter la part de produits de **seconde main** auprès de nos clients, en oeuvrant au remplacement de la première main
- Le déploiement de notre offre de **seconde main** en Espagne, Portugal, Italie
- L'identification de nouveaux fournisseurs de **balles de seconde main** en Europe
- Le déploiement de la **collecte du tout venant** pour alimenter notre programme de recyclage industriel

3.

Social & Sociétal



3.

Social & Sociétal

3.1 Synthèse

Stratégie d'engagement social et sociétal

10 enjeux clés appliqués à nos 4 périmètres d'action.



NOS PÉRIMÈTRES D'ACTION

1

SALARIÉS & COLLABORATEURS

→ Équipes Kiabi

2

TRAVAILLEURS DE LA CHAÎNE DE VALEUR

→ Fournisseurs et usines

3

COMMUNAUTÉS AFFECTÉES

→ Bénéficiaires des actions de la Kiabi Foundation
→ Populations en insertion professionnelle

4

CONSOMMATEURS & UTILISATEURS

→ Clients et utilisateurs des produits et services vendus par Kiabi

Synthèse Social & Sociétal

Indicateurs clés

• Part de collaborateurs actionnaires (pays éligibles : France, Espagne, Italie)



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



• Part de femmes dans le TOP 100

51 % en 2025 (cible 2035 : 50 %)

• Net Promoter Score clients (NPS)



• Part de collaborateurs formés (hors formations obligatoires)



• Nombre de jeunes bénéficiaires des actions de la Kiabi Foundation (cumulé depuis 2024)



• Personnes entrées en insertion professionnelle (cumul depuis 2021)



• Part des usines de rangs 1 et 2 auditées notées A ou B au regard des standards sociaux internationaux et réglementaires



• Taux de sécurité informatique



Faits marquants

- Écriture d'une **stratégie d'engagement social et sociétal** ainsi que d'une **charte de la diversité et de l'inclusion**
- Déploiement de la **plateforme Alex**, pour accompagner les collaborateurs en situation de handicap, de maladie ou aidants
- Forte augmentation de la part de collaborateurs formés (hors formations obligatoires) grâce à la nouvelle plateforme internationale **Yoobic**
- Déploiement de la nouvelle marque employeur « **Ici c'est Kiabi** »
- Kiabi classé en tête du palmarès **Great Place to Work®** (enquête 2025) dans la catégorie des entreprises de plus de 2 500 salariés
- Déploiement de l'**affichage environnemental** visible par nos clients sur 59 % de nos produits
- Ouverture de **10 Petits Magasins solidaires** en 2025
- Développement à **Madagascar** assorti d'une forte dimension sociétale au profit des écoliers malgaches

Défis à relever

- **Déployer** auprès des leaders la nouvelle stratégie d'engagement social et sociétal et les former à ces enjeux
- **Accompagner** le développement des compétences et l'évolution des métiers dans un contexte de transformation de Kiabi
- **Poursuivre** nos efforts en matière de contrôle et d'accompagnement de nos fournisseurs vers un niveau de conformité sociale élevé
- **Développer** le nombre de collaborateurs engagés auprès d'associations soutenues par la Kiabi Foundation
- **Améliorer** notre NPS clients

3.

Social & Sociétal

3.2 Effectifs de l'entreprise

La culture humaine de Kiabi s'articule autour d'un mantra : « Je fais un métier que j'aime, pour des clients que j'aime, avec des gens que j'aime ». Ce mantra s'appuie sur nos valeurs :

Simplicité

Confiance

Respect

Engagement

Ces valeurs sont vécues dans le quotidien de nos collaborateurs, et orientent nos stratégies au service de l'autonomie, de la responsabilisation, de la subsidiarité dans un cadre clair, de la qualité de vie au travail, du développement des compétences ou encore des enjeux d'inclusivité. En 2025, nous avons ainsi déployé notre nouvelle marque employeur « **Lci c'est Kiabi** », qui témoigne auprès de nos futurs collaborateurs des valeurs fortes et de la culture Kiabi.

3.2.1 Nos effectifs salariés

CARACTÉRISTIQUES DES EFFECTIFS À FIN DÉCEMBRE	2022	2023	2024	2025	Var 22/25
Effectifs (en nombre)	9 646	9 151	9 080	10 063	+4 %
France	6 781	6 381	6 206	7 079	+4 %
Espagne	1 373	1 271	1 393	1 504	+10 %
Italie	772	757	748	760	-2 %
Portugal	112	137	145	124	+11 %
Belgique	308	315	313	321	+4 %
Asie	300	290	275	275	-8 %
Types de contrat					
Permanent	70 %	72 %	79 %	73 %	+3 pts

Temporaire	30 %	28 %	21 %	27 %	-3 pts
Turnover (12 mois glissants, contrats permanents)	21 %	21 %	25 %	18 %	-3 pts

3.2.2 Juste répartition de la valeur créée

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

La rémunération variable

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

→ Des primes liées la performance de Kiabi (PPK),

→ L'intéressement au résultat,

→ La participation aux bénéfices.

Depuis 2023, nous intégrons, à travers un **ESG Index**, la performance environnementale et sociale de Kiabi à la rémunération variable du comité de direction monde, des comités de direction pays et services centraux. En 2025, nous avons fait évoluer cet ESG Index afin de le concentrer uniquement sur nos ambitions en matière de CO₂.

En raison de la croissance d'activité de Kiabi, en 2025 nous n'avons pas atteint nos objectifs de réduction de nos émissions de CO₂ en valeur absolue, en comparaison à 2022 (cf. page 18). C'est pourquoi, afin de ne pas pénaliser nos collaborateurs tout en continuant à nous animer sur cet enjeu, nous faisons évoluer cet ESG Index en 2026 pour qu'il récompense

les performances des équipes en matière d'efforts de réduction des émissions de CO₂ (éco-conception, recours aux énergies renouvelables etc.) en fixant de nouveaux objectifs en intensité et non en valeur absolue.

L'actionnariat

En complément de ce dispositif de rémunération, nous offrons la possibilité à nos collaborateurs de France, d'Espagne et d'Italie, de devenir actionnaires. Cette opportunité est une occasion de s'engager pleinement dans le projet de Kiabi, et d'être acteur des performances de l'entreprise. Nous avons déployé en 2025, dans ces trois pays, des plans de communication autour de l'actionnariat, afin de mieux faire connaître cette opportunité à nos collaborateurs. Ces actions nous ont permis d'augmenter la part de collaborateurs actionnaires.

% DE COLLABORATEURS ACTIONNAIRES (PAYS ÉLIGIBLES)	2022	2023	2024	2025	Var 22-25	Cible 2035
France	74 %	77 %	76 %	78 %	+4 pts	
Espagne	59 %	45 %	40 %	51 %	-8 pts	
Italie	21 %	26 %	31 %	37 %	+16 pts	
Total pays éligibles actionnariat	69 %	69 %	68 %	72 %	+3 pts	100 %

Chaque année, la valeur de part de Kiabi est auditée par des experts externes. Après un exercice à blanc en 2024, nous avons, pour la première fois en 2025, intégré dans cet exercice les performances environnementales et sociales de Kiabi sous la forme d'un bonus-malus, calculé sur un score de 100 points.

Avec un score de 68/100 en 2025, ces performances nous ont permis de valoriser la valeur de part sous forme d'un bonus pour les collaborateurs actionnaires.

Fait marquant

→ **Évolution des critères** de l'index de performance environnementale et sociale intégrés à la rémunération variable des membres des comités de direction, désormais centrés sur la réduction d'émissions de CO₂

Indicateur clé 2025

• **Part de collaborateurs actionnaires (pays éligibles : France, Espagne, Italie)**



3.2.3 Qualité de vie au travail

La certification Great Place to Work®

Nous avons réitéré en 2025 notre participation à la démarche Great Place to Work®, afin de mesurer la perception de nos collaborateurs et la qualité de leur expérience au sein de l'entreprise. Cette démarche s'articule autour de différents axes d'analyse, comme le management, la convivialité, l'équité, le respect ou encore la fierté, en lien avec notre culture humaine. Cette certification est notamment basée sur les résultats d'une enquête envoyée à l'ensemble de nos collaborateurs dans le monde (France, Espagne, Italie, Belgique, Portugal et bureaux de sourcing). Elle a mobilisé, en 2025, 6220 répondants, soit 486 de plus que l'année précédente, soit un taux de participation de 88 %.

QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL	2022	2023	2024	2025	Var 22-25	Cible 2035
GPTW	74 %	74 %	75 %	81 %	+7 pts	85 %

L'indicateur majeur que nous suivons est le **Trust Index® Great Place to Work®**, qui permet d'évaluer la part de collaborateurs estimant que Kiabi est une entreprise où il fait bon travailler.

En 2025, notre Trust Index® Great Place to Work® s'élevait à 81 %, en augmentation significative par rapport à l'année précédente (75 % en 2024). Ces scores sont homogènes dans l'ensemble de nos pays, à l'exception d'Hong-Kong (69 %) qui connaît néanmoins une progression. Le secteur de la logistique, généralement en retrait dans cette enquête, a progressé de sept points pour atteindre 75 %, grâce notamment à la mise en place de meilleures conditions de travail.

Nous nous félicitons également des scores atteints sur des items comme le traitement équitable des collaborateurs quelles que soient leur orientation sexuelle (98 %) et leur origine ethnique (96 %), qui confortent les valeurs de diversité que nous défendons.

Les principales raisons évoquées pour justifier cette performance globale sont :

- l'emménagement au sein du nouveau siège social Kiabi Village à Lezennes, pour les collaborateurs des services centraux,
- le développement de l'offre de formation via la nouvelle plateforme Yoobic,
- le partage de la valeur qui a bénéficié aux collaborateurs dans un contexte 2025 de surperformance commerciale de Kiabi (participation aux bénéfices, valeur de part),
- une meilleure appropriation de notre Vision 2035, grâce à une redescente plus incarnée par les leaders.

Les principaux items qui restent sous le score de 70 % de réponses positives sont :

- la rémunération à sa juste valeur,
- la promotion au mérite,
- la reconnaissance du mérite de chacun.

En complément, nous avons également été reconduit dans le classement Best Workplace™ for Women, qui valorise les entreprises les plus avancées sur le sujet de l'égalité professionnelle femmes/hommes. Nous sommes également dans le palmarès Best Workplaces™ 2025 pour la France, l'Espagne, l'Italie et la Belgique.

Dialogue social

Afin d'accompagner les transformations de Kiabi en lien avec les ambitions de notre Vision 2035, nous avons signé avec nos partenaires sociaux **un accord de gestion des emplois et des parcours professionnels (GEPP)** en début d'année 2025. Cet accord a pour but d'anticiper les transformations qui vont impacter certains métiers, en identifiant les

fonctions vouées à décroître ou disparaître, et en proposant des solutions en interne ou en externe via le congé mobilité de neuf mois, indemnisé à 75 % de la rémunération brute du collaborateur concerné. Cet accord vise à donner aux collaborateurs les moyens d'être acteurs de leur parcours, en soulignant le rôle de la formation professionnelle.

En complément, nous avons signé en 2025 un accord de rupture conventionnelle collective ouvert à 16 postes dans nos équipes Collections, afin d'accompagner l'évolution des métiers et compétences chez Kiabi, et les parcours professionnels des collaborateurs concernés.

Dans ce contexte de transformation, Kiabi maintient un dialogue social de qualité avec ses partenaires, comme l'illustre la signature à l'unanimité

Indicateur clé 2025

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



Fait marquant

→ Kiabi classé en tête du palmarès **Great Place to Work®** (enquête 2025) dans la catégorie des entreprises de plus de 2 500 salariés

de notre négociation annuelle obligatoire (NAO) 2026 par l'ensemble des représentants syndicaux.

La liste des accords signés est disponible en annexe de ce document.

Télétravail et parentalité

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

→ **Le télétravail régulier**, à raison de deux jours maximum par semaine et par collaborateur.

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

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

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

En 2025, nous avons poursuivi le déploiement de notre accord portant sur l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes, signé en 2024, qui intègre les enjeux d'équilibre vie professionnelle/vie professionnelle. Cet accord introduit des évolutions des dispositifs existants, avec notamment :

→ La possibilité de bénéficier de deux heures d'absence rémunérées (contre une heure dans le précédent accord) pour accompagner et récupérer ses enfants le jour de la rentrée des classes, de la maternelle à la classe de sixième,

→ La possibilité de bénéficier d'un temps partiel jusqu'à la fin de la scolarité de primaire de l'enfant, soit jusqu'à ses 10 ou 11 ans.

3.2.4 Diversité et inclusion

L'équité pour toutes et tous nos collaborateurs est une valeur fondamentale, renforcée en 2025 par l'écriture d'une nouvelle charte de la diversité et de l'inclusion.

DIVERSITÉ	2022	2023	2024	2025	Var 22-25
% hommes	18 %	19 %	19 %	19 %	+1 pts
% femmes	82 %	81 %	81 %	81 %	-1 pts
% âge < 30 ans	43 %	39 %	40 %	42 %	-1 pts
% âge 30-50 ans	45 %	48 %	46 %	44 %	-1 pts
% âge > 50 ans	12 %	13 %	14 %	13 %	+1 pts
% management	16 %	17 %	17 %	17 %	+1 pts

Équité des genres

En 2025, l'index égalité professionnelle, qui mesure l'égalité salariale entre femmes et hommes, était de 96/100 pour Kiabi, soit trois points de plus qu'en 2024. Ce résultat se décompose comme suit :

→ écarts de **rémunération** (39/40),

→ écarts **taux d'augmentation** (20/20),

→ écarts **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 (5/10).

INDEX ÉGALITÉ HOMMES/FEMMES (FRANCE)	2022	2023	2024	2025	Var 22-25
Index égalité hommes femmes (France)	94	94	93	96	+2 pts

Nous avons poursuivi en 2025 le déploiement de notre accord portant sur l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes, signé en 2024. Il a pour but d'animer les principes de parité et d'équité auprès de l'ensemble des collaborateurs et collaboratrices. Il se compose de cinq domaines d'engagements destinés à promouvoir et assurer l'égalité professionnelle :

→ L'accès à l'emploi,

→ L'information et la formation professionnelle,

→ L'accès à la mobilité et à la promotion interne,

→ La rémunération,

→ Les conditions de travail, l'articulation vie professionnelle et l'exercice de la responsabilité parentale.

Depuis 2024, cet accord intègre la mise en place d'un congé endométriose de dix jours sur l'année pour les collaboratrices qui en émettraient le besoin, sous couvert de la reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé.

Indicateur clé 2025

• **Part de femmes dans le TOP 100**

51 % en 2025 (cible 2035 : 50 %)

Une nouvelle charte

Nous avons finalisé en novembre 2025 la rédaction de notre charte de la **diversité** et de **l'inclusion**, qui pose les principes et engagements d'un environnement de travail inclusif, respectueux et équitable, au sein duquel chaque individu est valorisé indépendamment de ses différences. Cette charte initie la démarche « Act for diversity », qui s'appuie sur cinq axes :

→ Œuvrer pour **l'équité** des genres,

→ Accélérer **l'inclusion** des personnes en situation de handicap,

→ Encourager **la diversité** multiculturelle et socio-économique,

→ Valoriser et prendre en compte des personnes de **tous les âges** et de toutes les générations,

→ Intégrer et valoriser **les profils différents** en tenant compte de chaque moment de la vie.

Cette charte a pour but de guider les collaborateurs dans leurs collaborations avec d'autres collaborateurs mais aussi avec nos fournisseurs, partenaires, associations... Une formation associée a été créée dans l'outil de formation. L'ensemble des équipes RH a été sensibilisé à ce sujet grâce à la fresque de la diversité. Cette charte est en cours de déploiement dans l'ensemble de nos pays.

Collaborateurs en situation de handicap

En 2025, la part calculée des collaborateurs en situation de handicap augmente, passant de 4,4 % à 5,1 %. Cette augmentation s'explique par le déploiement de notre accord sur l'intégration des collaborateurs en situation de handicap, signé en 2024. Il précise notamment les priorités à venir pour Kiabi dans ce domaine :

→ Pérenniser et développer **les embauches en CDI et l'embauche d'alternants**,

→ Développer **la communication** sur les mesures de la politique en faveur de l'insertion des personnes en situation de handicap,

→ Développer **les actions de prévention et de maintien dans l'emploi**,

→ Animer et **faire vivre cet accord**, former et sensibiliser l'ensemble de nos collaborateurs.

COLLABORATEURS À CAPACITÉ DIFFÉRENTE	2022	2023	2024	2025	Var 22-25
% de collaborateurs en situation de handicap	2,9 %	4 %	4,4 %	5,1 %	+2 pts

Cet accord a été animé en 2025 par une feuille de route à destination des relais magasins et relais régions, ce qui a permis de faire vivre le sujet en proximité.

En complément, Kiabi a déployé la **plateforme Alex**, destinée à tous les collaborateurs. Elle permet de répondre aux questions et besoins de l'ensemble des collaborateurs Kiabi sur l'accompagnement d'un collaborateur en situation de handicap. La plateforme propose aussi des informations pour accompagner les collaborateurs en situation de maladie ou dans le cas d'aidants, avec un support téléphonique dédié.

Fait marquant

→ Déploiement de la **plateforme Alex** pour accompagner les collaborateurs en situation de handicap, de maladie ou aidants.

Indicateur clé 2025

• **Part de collaborateurs en situation de handicap dans le monde**

4,4 %
↓
2024

5,1 %
2025

3.2.5 Développement des compétences

Pour accompagner nos transformations et répondre aux besoins de compétences à venir, nous accompagnons nos collaborateurs d'aujourd'hui et de demain à travers la formation.

La formation professionnelle

L'année 2025 marque une étape majeure et record dans notre engagement pour le développement des compétences. Nous sommes fiers d'annoncer que 57 % de nos collaborateurs ont bénéficié de formations (hors formations obligatoires), ce qui représente une progression remarquable de quatorze points par rapport à 2024 (44 %).

FORMATIONS & COMPÉTENCES	2023	2024	2025	Var 23-25	Cible 2035
% de Kiabers formés (hors formations obligatoires)	46 %	44 %	57 %	+11 pts	100 %
Nombre d'heures de formation par Kiaber formé (hors formation obligatoires)	4,50	4,76	5,50	+22 %	

Cette accélération significative résulte de la cohérence stratégique entre nos actions de formation et les enjeux de l'entreprise, ainsi que d'une mobilisation collective :

→ **Des nombreux nouveaux projets stratégiques** : l'année 2025 a été marquée par le lancement de nombreux projets stratégiques, directement liés à notre vision et à notre plan à trois ans. Pour assurer leur succès, l'acquisition de nouvelles compétences par nos collaborateurs a été essentielle. La formation a joué un rôle clé pour maîtriser ces évolutions.

→ **L'impulsion de nos leaders** : nos leaders Kiabi ont joué un rôle essentiel en animant et en promouvant activement la culture de la formation tout au long de l'année. Leur engagement a encouragé leurs équipes à s'engager dans la formation, créant ainsi une dynamique d'apprentissage continue.

→ **Le déploiement de la nouvelle plateforme de formation, Yoobic** : l'introduction de notre nouvelle plateforme de formation internationale, a facilité l'accès à la formation. En offrant une expérience digitale fluide et une richesse de contenus disponibles en cinq langues. C'est un levier puissant pour démocratiser la montée en compétences et assurer une offre de formation pertinente et accessible.

Au-delà des chiffres, la formation est un levier essentiel pour accompagner les grandes transformations de Kiabi et renforcer notre positionnement

sur le marché. Nous avons activement soutenu, par des programmes de formation ciblés, plusieurs initiatives stratégiques :

→ **Accompagnement technologique et opérationnel** : nous avons formé nos équipes au déploiement et à l'utilisation de nos nouveaux outils et systèmes, essentiels pour améliorer l'expérience client et l'efficacité opérationnelle. Cela inclut le nouveau programme de fidélité «En famille», la technologie RFID pour une meilleure gestion des stocks, et la nouvelle application Kiabi, qui fluidifie le parcours client et l'engagement de nos clients.

→ **Engagement ESG renforcé** : conscients de l'importance croissante des enjeux Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance, nous avons intensifié nos formations autour de l'ESG. De nouveaux modules, disponibles dans toutes les langues, permettent à nos collaborateurs de mieux comprendre et d'intégrer ces principes dans leurs pratiques quotidiennes, contribuant ainsi activement à notre démarche de développement durable.

→ **Préparation à l'ère de l'IA** : pour anticiper les évolutions technologiques et préparer nos équipes aux métiers de demain, des sessions de sensibilisation à l'utilisation des outils d'intelligence artificielle ont été mises en place. L'objectif est de familiariser nos collaborateurs avec ces nouvelles technologies et d'explorer leur potentiel pour optimiser nos processus, innover et créer de la valeur.

→ **Développement du leadership** : le renforcement de nos compétences managériales est une priorité pour assurer un encadrement inspirant et performant. Nous avons ainsi organisé quatre promotions de notre programme « Explorer son leadership », dont une en anglais.

Des « learning expeditions » ont également été mises en place pour nos leaders des ressources humaines, des collections, de la logistique et pour le comité de direction, leur offrant des perspectives inspirantes et des meilleures pratiques externes pour stimuler l'innovation et la performance.

Fait marquant

→ Déploiement de la plateforme internationale de formation **Yoobic**, disponible en cinq langues.

Indicateur clé 2025

• Part de collaborateurs formés (formations non obligatoires)



1. Pour les collaborateurs présents du 1^{er} janvier au 31 décembre de l'année.

L'alternance

L'accueil d'alternants au sein de Kiabi répond aux enjeux de notre plan de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC), et nous permet de développer un vivier de talents pour demain. La contribution à la formation des jeunes via l'alternance répond aussi à nos valeurs d'entreprise apprenante, en proposant des missions responsabilisantes et un accompagnement de qualité.

Afin d'entretenir cette dynamique, nous avons organisé en 2025 un « **Welcome Day** » qui a réuni, au sein de notre siège Kiabi Village à Lezennes, 300 participants – toutes entités confondues – tous alternants au sein de Kiabi. Lors de deux demie-journées, les alternants ont pu prendre part à des ateliers et développer ainsi une vision globale de Kiabi grâce

à la découverte de la vie en magasin, de la logistique, de la supply chain, de la culture humaine, des Collections, de la Kiabi Foundation...

En complément, un **e-learning « manager l'alternance chez Kiabi »** a été mis à jour, et complété par cinq réunions organisées en 2025 pour accompagner les tuteurs et leaders d'alternants dans leur rôle d'accompagnants.

Stages : un partenariat avec l'association Toi Demain

Nous avons initié depuis cinq ans un partenariat avec l'association Toi Demain, qui accompagne les **jeunes sans réseau** dans leur orientation. Dans ce cadre, nous avons accueilli des promotions de collégiens (classe de troisième) et lycéens (classe de seconde) pour des stages de découverte.

Ces promotions ont permis de mixer des profils de jeunes avec et sans réseau, dans la découverte des parcours et métiers de Kiabi. Cette semaine se finalise par le travail d'un projet présenté à un jury de collaborateurs.

3.2.7 Santé et sécurité

La santé et la sécurité de nos collaborateurs sont des priorités. Cela se traduit par des formations destinées à réduire les risques d'accidents du travail, de maladie et d'absentéisme.

Nous proposons ainsi à chaque collaborateur des formations adaptées à son métier : exercice d'évacuation, risques psycho-soiaux, limitation des troubles musculo-squelettiques...

Plusieurs démarches sont en cours en lien avec nos instances

représentatives du personnel. Ces démarches consistent notamment à mettre en place des plans d'actions pour le retour des Kiabers en arrêt maladie, mais également d'amélioration continue des conditions de travail au travers deux aspects :

→ l'analyse de nos accidents et maladie afin de pouvoir mettre en place des mesures de prévention,

→ des études ergonomiques permettant d'adapter le matériel et d'éviter ainsi les accidents ou maladies professionnelles.

Les défis à relever sur les effectifs de l'entreprise

→ Déployer auprès des leaders la nouvelle **stratégie d'engagement social et sociétal** et les former à ces enjeux

→ Repenser et élargir les **indicateurs ESG** intégrés à la rémunération variable de nos collaborateurs

→ Poursuivre l'ouverture de **l'actionariat** à d'autres pays

→ Déployer et animer notre nouvelle **charte de la diversité et de l'inclusion**

→ Maintenir la **part des femmes** dans le TOP 100

→ Accompagner **le développement des compétences et des métiers** pour soutenir la transformation de Kiabi

→ Intégrer **les enjeux de l'IA** et des **nouvelles technologies**

3.

Social & Sociétal

3.3 Travailleurs de la chaîne de valeur

Nous intégrons nos responsabilités sociales et sociétales vis à vis de l'ensemble des acteurs de notre chaîne de valeur, avec une attention particulière aux travailleurs qui fabriquent nos produits chez nos fournisseurs. Nous traitons donc ici des sujets en lien avec le respect des droits humains et la conformité sociale de nos usines.

3.3.1 Nos usines de production

USINES	2022	2023	2024	2025	Var 22-25
Nombre d'usines de rang 1	388	590	503	456	+18 %
Chine	97	97	86	87	-10 %
Bangladesh	60	51	46	48	-20 %
Inde	46	40	36	43	-7 %
Turquie	33	39	34	34	+3 %
Cambodge	13	18	20	25	+92 %
Pakistan	6	8	9	12	+100 %
Vietnam	3	5	4	5	+67 %
Autres (Egypte, Tanzanie, Bénin, Indonésie, Algérie)	2	5	5	5	+150 %
Myanmar	15	14	8		-100 %
Maroc	4				-100 %
Sri Lanka	1				-100 %
Importateurs européens magasins	108	126	119	111	+3 %

Importateurs européens web	187	136	86		
Nombre d'usines de rang 2 déclarées	428	421	457	402	-6 %
Chine	131	138	151	136	+4 %
Bangladesh	131	120	122	108	-18 %
Inde	86	75	66	76	-12 %
Turquie	57	59	88	43	-25 %
Pakistan	13	17	16	23	+77 %
Cambodge	3	5	6	7	+133 %
Indonésie	1	2	3	3	+200 %
Vietnam	2	3	3	3	+50 %
Autres (Hongrie, Portugal, Myanmar, Sri Lanka, Egypte, Thaïland)	4	2	2	3	-25 %

3.3.2 Notre code de conduite

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

En 2025, nous avons travaillé à la mise à jour de ce code afin d'ajuster certaines exigences en termes de santé et sécurité, ou sur le sujet des travailleurs migrants ou du bien-être animal. Ce nouveau code de conduite sera disponible en début d'année 2026 et communiqué à nos collaborateurs et fournisseurs.

3.3.3 Audits des droits humains chez nos fournisseurs

Afin de nous assurer du respect de ce code de conduite, nous menons des audits réguliers au sein des usines de nos fournisseurs de rangs 1 et 2.

USINES AUDITÉS	2023	2024	2025	Var 23-25
% d'usines de rang 1 et 2 auditées	90 %	91 %	94 %	+4 pts
Chine	95 %	95 %	98 %	+3 pts
Bangladesh	88 %	81 %	87 %	-1 pts
Inde	85 %	88 %	79 %	-6 pts
Indonésie	67 %	75 %	100 %	+33 pts
Pakistan	88 %	80 %	97 %	+9 pts
Turquie	85 %	94 %	94 %	+9 pts
Vietnam	100 %	100 %	100 %	+0 pts
Cambodge	96 %	85 %	100 %	+4 pts
Autres	83 %	33 %	100 %	+17 pts
Importateurs européens magasins	97 %	99 %	100 %	+3 pts
Importateurs européens web	85 %	95 %	100 %	+15 pts

Les audits sont réalisés par différents moyens :

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

→ Nous faisons aussi appel à des **cabinets externes** (2,6 % des audits sociaux).

→ Enfin, la majorité des audits est effectuée via des **plateformes internationales** comme Business Social Compliance Initiative (BSCI), Smeta ou Initiative for Compliance and Sustainability (ICS), Social & Labor Convergence Program (SLCP) (79,4 % des audits sociaux).

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

Des performances plus élevées permettent d'allonger les intervalles entre les audits, tout en garantissant au minimum un audit annuel pour chaque usine de confection.

À l'inverse, des performances plus faibles entraînent une augmentation de la fréquence des audits, renforçant ainsi notre devoir de vigilance fondé sur les risques et notre engagement envers l'amélioration continue en matière de conformité sociale.

Une note E, qualifiée d'inacceptable, indique des problèmes critiques et la nécessité de mettre en place immédiatement des actions correctives. Le fournisseur doit immédiatement, ou sous un délai de 3 à 6 mois, améliorer sa note, faute de quoi nous mettons fin à notre relation commerciale.

En cas de violation grave, nous stoppons immédiatement l'activité dans l'attente d'actions correctives.

Dans tous les cas, nous encourageons nos fournisseurs à s'approprier ces enjeux de conformité, dans un esprit d'amélioration continue. Au regard de notre politique **Zero Tolerance Violations (ZTV)**, nous nous réservons le droit de mettre fin à tout moment à notre relation avec un fournisseur en cas de non-respect grave à notre code de conduite ou d'un manque d'intention à progresser.

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

CONFORMITÉ SOCIALE	2023	2024	2025	Var 23-25	Cible 2035
% de conformité des audits sociaux des usines de rang 1 et 2 (Notes A+B sur les derniers audits de chaque usine - grand import uniquement)	55 %	69 %	75 %	+19 pts	100 %
Chine	25 %	53 %	74 %	+49 pts	
Bangladesh	62 %	67 %	77 %	+15 pts	
Inde	87 %	87 %	68 %	-19 pts	
Indonésie	100 %	100 %	100 %	+0 pts	
Pakistan	91 %	90 %	80 %	-11 pts	
Turquie	72 %	82 %	71 %	-1 pts	
Vietnam	38 %	86 %	88 %	+50 pts	
Cambodge	55 %	73 %	77 %	+23 pts	
Autres	100 %	100 %	89 %	-11 pts	
Importateurs européens magasins	55 %	53 %	52 %	-3 pts	
Importateurs européens web	45 %	44 %	35 %	-10 pts	
% des usines de rang 1 existante notée E ayant eu une meilleure note dans les 6 mois	100 %	100 %	100 %	+0 pts	
% de nouvelles usines de rang 1 référencées ayant eu la note A, B ou C (conformes)	100 %	100 %	100 %	+0 pts	

Indicateur clé 2025

• Part des usines de rang 1 et 2 auditées notées A ou B au regard des standards sociaux internationaux et réglementaires



3.3.4 Plans d'actions en cas de non-conformité

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

→ En cas de non-conformité liée à la sécurité incendie, aux salaires, aux licences, permis, autorisations et certificats légaux, nous exigeons un plan d'action immédiat, sous un délai d'une semaine maximum.

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

→ En cas de **non-conformité majeure** (par exemple en cas de couverture d'assurance insuffisante), le délai pour partage du plan d'action est de quatre semaines.

→ En cas de **non-conformité mineure** (par exemple un manque de contrôle dans le suivi des formations sécurité), le délai pour partage du plan d'action est de huit semaines.

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

Notre ambition est que l'ensemble de nos fournisseurs soient notés A ou B uniquement. En complément, 100 % des nouvelles usines référencées doivent obtenir une note A, B ou C.

3.3.5 Recours aux plateformes internationales d'audit

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

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

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

ICS : Initiative for Compliance and Sustainability (ICS) est une initiative sectorielle internationale visant à améliorer les conditions de travail tout au long des chaînes d'approvisionnement mondiales des détaillants et des marques qui en sont membres. L'ICS est composée de détaillants et de marques multinationales dans les secteurs du textile, de la vente au détail, de la chaussure, de l'électronique et de l'ameublement. Les membres de

l'ICS collaborent à l'aide d'outils communs, afin de mutualiser les audits, de contribuer à la réduction de la « fatigue de l'audit » et de partager les connaissances et les meilleures pratiques.

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

Défis à relever au sujet des travailleurs de la chaîne de valeur

→ **Déployer** notre nouveau code de conduite

→ **Poursuivre** nos efforts en matière de contrôle et d'accompagnement de nos fournisseurs vers un niveau de conformité sociale élevé

3.

Social & Sociétal

3.4 Communautés affectées

Intégrés sur les territoires et à l'international, nous initiions des actions sociétales cohérentes avec les besoins des communautés présentes aux alentours de nos sites et de nos bassins de production.

3.4.1 Impact sur les communautés locales

Nos impacts sur les communautés se traduisent par des expérimentations de modèles d'affaires sociaux, comme notre concept « Le Petit Magasin », ou par les actions soutenues par notre Kiabi Foundation.

Insertion professionnelle : « Le Petit Magasin », un modèle d'affaires social

Depuis 2017, Kiabi soutient et est aujourd'hui pleinement engagé dans le développement du concept « Le Petit Magasin ».

Ce projet solidaire poursuit plusieurs objectifs complémentaires :

- Favoriser le retour à l'emploi et renforcer l'estime de soi des personnes qui y travaillent,
- Rendre accessibles des vêtements neufs à des familles en situation de précarité,
- Créer et renforcer des liens durables entre les acteurs locaux du territoire.

LE PETIT MAGASIN : BUSINESS SOLIDAIRE	2022	2023	2024	2025	Var 23-25	Cible 2035
Nb d'ouvertures	7	7	3	10	+43 %	
Nb total de Petits Magasins	17	24	25	35	+106 %	
Nb de personnes entrées en insertion professionnelle via les Petits Magasins en cumul depuis 2021	145	254	375	542	+274 %	1 800

Ce projet constitue également, pour Kiabi, une opportunité de « pas de côté », en expérimentant un modèle innovant, pleinement aligné avec ses valeurs humaines et sa promesse d'agir au service de toutes les familles.

Depuis la création, en 2024, de la joint-venture sociale KIVI avec le groupe Vitamine T, le projet « Le Petit Magasin » a franchi une étape structurante : Kiabi est passé d'un rôle de mécène à celui d'acteur opérationnel pleinement engagé.

Afin d'assumer cette responsabilité accrue en 2025, et notamment les enjeux liés à l'accompagnement vers l'insertion professionnelle, l'équipe Ressources a été renforcée par l'intégration d'une nouvelle compétence dédiée à la coordination de projets socio-professionnels.

Parallèlement, des alliances structurantes ont été déployées au sein de nos tiers-lieux afin de renforcer les actions d'accompagnement portées par le projet.

L'année 2025 a ainsi marqué le lancement de nouvelles dynamiques de coopération autour de l'accompagnement socio-professionnel, de l'entrepreneuriat et de l'insertion par le sport, en lien avec les associations Rebond et Positiv.

Ces démarches de co-construction ont permis la mise en œuvre de premiers ateliers de conseil, de sensibilisation et d'appui à l'insertion professionnelle, à destination des personnes accompagnées dans le cadre du projet « Le Petit Magasin ».

Dans une logique de diffusion de la culture de l'insertion au sein du réseau, les responsables de boutiques « Le Petit Magasin » ont participé à une journée dédiée à ces enjeux.

Pensée comme un temps de partage d'expériences et d'inspiration, cette rencontre a notamment été ponctuée par l'intervention de la basketteuse française Diandra Tchatchouang, qui a partagé son parcours et son engagement, apportant aux équipes un éclairage mobilisateur sur les valeurs d'inclusion, de résilience et d'accompagnement des trajectoires professionnelles.

En 2025, le développement d'une plateforme logistique dédiée à l'approvisionnement des boutiques « Le Petit Magasin » a constitué un levier structurant d'insertion professionnelle.

Portée par CONFECTIO en tant que chantier d'insertion, cette plateforme permet aux personnes accompagnées d'acquérir et de consolider des compétences opérationnelles dans les métiers de la logistique (préparation de commandes, gestion des flux, respect des procédures, travail en équipe), favorisant ainsi leur montée en compétences et leur employabilité.

Aujourd'hui, plus de 20 personnes y sont accompagnées et contribuent quotidiennement à la préparation des commandes destinées à 17 boutiques « Le Petit Magasin », tout en construisant un projet professionnel vers l'emploi.

Faits marquants

- **10 boutiques** « Le Petit Magasin » ouvertes en France en 2025
- **432 000 pièces** distribuées issues des invendus Kiabi
- **542 personnes** entrées en insertion professionnelle depuis 2021

La Kiabi Foundation

Depuis le repositionnement de sa mission en 2024 pour (re)donner confiance aux jeunes, la Kiabi Foundation a accompagné plus de **50 000 jeunes** dans des projets implantés dans **11 pays**, soutenant **51 associations** partenaires localement. Ces actions ont mobilisé 2200 collaborateurs investis.

KIABI FONDATION	2024	2025	Var 24-25	Cible 2035
Dons aux associations partenaires	322 298	617 168	+91 %	
Bénéficiaires (cumulé depuis 2024)	34 112	50 695	+49 %	500 000
Nb de Kiabers impliqués	1 100	2 571	+134 %	

En 2025, la Kiabi Foundation a notamment renforcé ses partenariats avec :

- le programme **Emergence** de l'association **Areli**, qui soutient des jeunes issus de milieux modestes dans la poursuite de leurs études. Dans ce cadre, 10 collaborateurs sont ainsi investis du rôle de mentore.
- **l'École des XV**, une association qui lutte contre le décrochage scolaire. Notre siège, le Kiabi Village à Lezennes, a ainsi intégré en 2025 une antenne de l'Écoles des XV, qui permet de soutenir 60 jeunes,
- l'ONG **Le Projet Imagine**, qui oeuvre pour un mouvement d'engagement citoyen au service d'une société plus juste, inclusive et durable,
- l'association **Grameen Shikka** au Bangladesh, afin de soutenir, avec d'autres acteurs comme la Fondation We ACT for Kids, le développement de cinq écoles,
- **l'École de la deuxième chance**, qui forme et accompagne des publics éloignés de l'emploi.

Pour la première fois, la Kiabi Foundation a également mené un appel à projets commun avec la Fondation Decathlon afin d'accompagner l'estime de soi des jeunes filles grâce au sport et à la mode. Cet appel à projets a permis d'engager les collaborateurs de 6 magasins Kiabi et de soutenir

15 associations lauréates pour un budget global de 100 000 euros. En complément, les équipes de la Kiabi Foundation ont travaillé en 2025 sur une trajectoire de mesure d'impact à cinq ans, afin de mesurer les impacts réels auprès des bénéficiaires des différents projets soutenus. Cela permettra dès 2026 d'animer cette trajectoire pour mieux identifier les projets et partenaires les plus pertinents.

Intégrer les enjeux sociétaux dans le développement de Kiabi : l'exemple de Madagascar

Dans le cadre de l'ouverture de notre premier magasin à **Madagascar**, Kiabi a initié dans l'ADN du projet une dimension sociétale. Ouvert en septembre 2025 dans la capitale Antananarivo, le magasin intègre un partenariat avec l'entreprise **Sodim** afin de consacrer une partie de son chiffre d'affaires au **financement de frais de scolarité et de matériel éducatif pour les enfants malgaches**. En complément, la Kiabi Foundation contribuera à l'agrandissement d'un établissement scolaire au sein duquel les collaborateurs Kiabi pourront s'impliquer via de l'aide aux 400 nouveaux élèves.

Indicateur clé 2025

• **Nombre de jeunes bénéficiaires des actions de la Kiabi Foundation (cumulé depuis 2024)**



Défis à relever sur les communautés affectées

- Continuer le déploiement de **Kivi**, notre modèle d'affaires social incarné par Le Petit Magasin
- Développer les initiatives en faveur de **l'insertion professionnelle** à l'international
- Développer le nombre de **collaborateurs** engagés auprès d'associations soutenues par la Kiabi Foundation

3.

Social & Sociétal

3.5 Consommateurs & utilisateurs finaux

3.5.1 Expérience client et offre inclusive

Afin d'accompagner les **besoins des familles**, nous mesurons et cherchons à améliorer leur satisfaction. Nous proposons également des offres adaptées à tous leurs moments de vie, avec par exemples des modèles conçus pour toutes les tailles ou des collections inclusives.

La satisfaction client

Le Net Promoter Score (NPS) mesure annuellement la part de clients promoteurs de Kiabi suite à leur expérience en magasin ou sur le web : en 2025, ce score s'élevait à 71, soit trois points de plus qu'en 2022, avec un NPS mesuré à 70 pour la partie magasins, et à 72 pour la partie web. Cette performance est stable pour Kiabi depuis plusieurs années.

NET PROMOTER SCORE CLIENTS	2022	2023	2024	2025	Var 22/25	Cible 2035
NPS monde	68	70	70	71	+3 pts	80
France	67	69	69	71	+4 pts	
Espagne	70	69	67	68	-2 pts	
Italie	73	72	72	72	-2 pts	
Belgique	68	71	71	75	+7 pts	
Portugal	77	78	77	77	+0 pts	

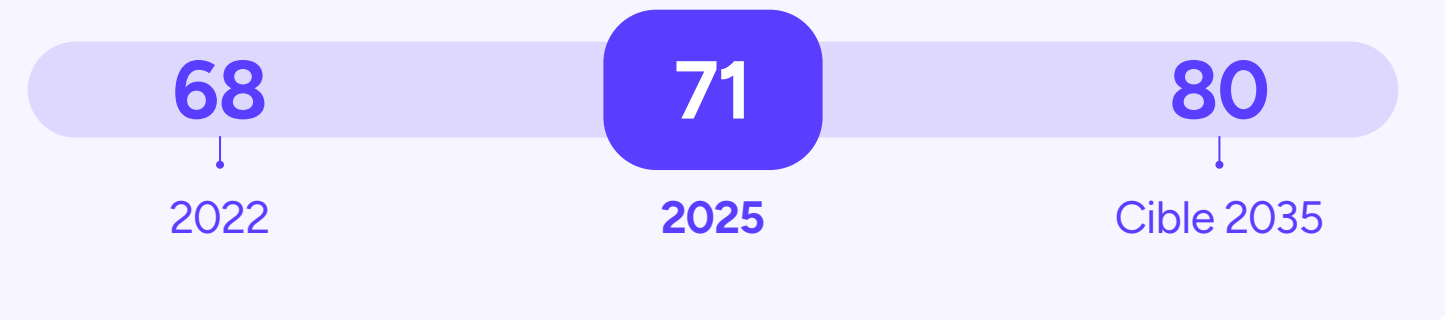
Parmi les irritants, le lancement de notre nouveau programme de fidélité « En Famille » a généré des questions de la part de nos clients concernant les cagnottes associées à ce programme. En Espagne, des problématiques de livraisons de commandes e-commerce ont également été source d'irritants.

En complément, nous avons, en 2025, **structuré des outils et une gouvernance** en France afin d'accélérer sur les enjeux de culture client et de conquérir de nouveaux clients. Nous avons ainsi déployé un cockpit client, permettant aux équipes magasins et services centraux d'accéder à des indicateurs spécifiques autour de la culture client, et de les animer. Nous avons également mis en place un **comité client transverse**, afin d'identifier et de traiter les principaux irritants de nos clients.

Enfin, nous avons **mobilisé les collaborateurs français** sur ce sujet lors d'une semaine de la culture client en novembre. L'objectif était de sensibiliser les équipes magasins aux nouveaux indicateurs client, mais également de permettre aux équipes du siège d'aller travailler une journée en magasin pour se connecter à ces problématiques sur le terrain.

Indicateur clé 2025

• Net promoter score (NPS)



Offre inclusive et accessible

Afin de répondre aux besoins de toutes les familles, à toutes les étapes de leur vie, nous proposons des collections adaptées :

→ **Grandes tailles** : Kiabi propose des modèles allant jusqu'aux tailles 6XL, adaptés à toutes les morphologies.

→ **Facilité d'enfilage** : avec la collection Facile à enfiler (400 modèles disponibles sur le web ainsi que dans le magasin du Kiabi Village à Lezennes), destinée aux enfants et aux adultes en situation de handicap, et à toute personne ayant des difficultés à s'habiller.

Le quotidien est ainsi facilité par une conception et des systèmes d'ouverture permettant de s'habiller avec plus d'autonomie.

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

→ **Naissance** : avec des collections spécialement conçues pour les enfants nés prématurément.

En 2025, nous avons notamment retravaillé la vision de notre collection « Facile à enfiler » avec des partis pris par usages, en réponse aux besoins des personnes en situation de handicap et des aidants.

Nous avons également valorisé cette collection, à partir du printemps 2025, au sein de notre siège au magasin du Kiabi Village à Lezennes, avec un espace dédié. C'est là que nous avons également organisé, avec des instituts de soin partenaires, un défilé en novembre 2025 afin de présenter la collection, portée par des personnes en situation de handicap et des personnes âgées.

3.5.2 Sécurité des consommateurs

La sécurité des familles qui utilisent nos produits et nos services est une priorité. Nous agissons donc pour protéger les données personnelles de nos clients qui nous sont confiées, et garantir des produits sûrs pour tous.

Cybersécurité

La sécurité de nos systèmes d'information, la protection des données, de celles dont nous disposons pour nos clients, nos partenaires et fournisseurs, sont vitales au bon fonctionnement des activités de Kiabi. Elles sont également capitales pour assurer nos responsabilités contractuelles et légales (RGPD, NIS2, ...), respecter les certifications OEA (Opérateur Economique Agréé), les standards (PCIDSS) qui nous sont applicables.

Le risque informatique est une préoccupation majeure, en évolution permanente face à l'émergence quotidienne de risques et vulnérabilités, qui nécessite la surveillance des équipes en charge de la conformité ainsi que celle des équipes informatiques.

Nous mesurons notre efficacité sur ces sujets à travers notre taux de sécurité informatique. Ce taux est le résultat de **18 points de contrôles** répartis en **4 catégories** sur l'ensemble de nos services informatiques exposés sur Internet, représentant une note sur un total de 820 points rapportée en pourcentage.

En 2025, l'agence Bitsight nous a attribué un taux de sécurité informatique de **780/820**, soit **95 %**, ce qui représente une augmentation de 6 points par rapport à 2024.

CYBERSÉCURITÉ	2022	2023	2024	2025	Var 22/25	Cible 2035
Taux de conformité cybersécurité (indice Bitsight)	75 %	84 %	89 %	95 %	+20 pts	95 %

Ce résultat s'explique par :

→ L'efficacité du pilotage de notre sécurité opérationnelle, du SOC (Security Operation Center) et des équipes locales désormais aussi en 24/24h,

→ L'animation régulière et outillée des plans d'action de remédiation avec des KPI d'avancement, avec l'appui des 28 ambassadeurs sécurité répartis dans les équipes,

→ Le plan de reprise d'activité et les exercices pour les nouvelles solutions cloud,

→ La mise en service d'une solution « anti-robots » permettant de contrer les attaques automatisées par des robots,

→ La réalisation d'audits de sécurité étendue aux fournisseurs et prestataires.

En complément, nous avons défini deux indicateurs pour animer l'ensemble des équipes informatiques : un indicateur sur la conformité à la politique de sécurité, et un autre sur l'avancement des plans d'actions. Nous avons également acquis un nouvel outil de gouvernance de la sécurité informatique : **Tenacy**.

Nous devons néanmoins faire face à des risques accrus dans ce domaine par **l'intelligence artificielle**, qui facilite et multiplie les attaques d'ampleur. En 2025, nous avons ainsi déclaré à la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) une attaque qui a ciblé les données personnelles de 20 000 comptes clients.

Suite à cette attaque, et pour empêcher de nouvelles tentatives, nous avons mis en oeuvre un plan d'actions avec notamment une double authentification pour les clients, et l'interdiction de réutiliser des mots de passe connus comme corrompus sur le darkweb.

Indicateur clé 2025

• Taux de sécurité informatique



Qualité et conformité des produits

2025 a été marqué par la montée en puissance autour de la notion de qualité de nos produits, en préservant notre singularité d'accessibilité prix. **La qualité est un enjeu majeur pour assurer la satisfaction de nos clients et garantir que les produits achetés couvrent bien leurs besoins.**

Notre service qualité pour les produits de première main, travaille dès la réception des commandes en entrepôts sur le sol européen, jusqu'à l'écoute de toutes les remontées clients. Dans tous nos pays, sur les canaux e-commerce ou magasins, nous analysons les différentes données sur les taux de retour.

Nous étudions également avec attention les commentaires laissés par nos clients sur le site web de Kiabi. En complément, **nous engageons nos équipes, avec la communauté Viva Engage, qui permet à 1 900 collaborateurs de remonter des problèmes qualités**, essentiellement issus des magasins. L'ensemble de ces remontées conduit à des investigations et des contrôles, représentant en moyenne 200 requêtes par saison.

Les conclusions des enquêtes sont utilisées dans notre processus d'amélioration continue : en collaboration avec les équipes internes concernées et nos fournisseurs, nous identifions les causes racines du problème et implémentons un plan d'action correctif.

Nous faisons évoluer nos bonnes pratiques de fabrication et d'inspection

pour limiter le risque d'apparition du même défaut chez d'autres fournisseurs. Nous disposons pour cela d'équipes dédiées au suivi qualité avec nos fournisseurs en Inde, au Bangladesh, en Chine, en Turquie et au Cambodge pour être au plus près des usines. Ce lien étroit nous permet de développer un partenariat de confiance avec nos fabricants et d'harmoniser les bonnes pratiques de fabrication et d'inspection sur tout notre parc fournisseur.

L'objectif est de limiter les risques d'apparition de défauts connus et de non-conformité des produits avant leur expédition mais aussi d'optimiser l'utilisation des ressources et de limiter les pertes.

En 2025, le service qualité a également accompagné la diversification de l'offre Kiabi et de ses nouvelles marques, autour de produits tels que le linge de maison (Kiabi Home), la puériculture et la chaussure premier pas (Kitchoun). Nos équipes ont été présentes auprès des services achats et offres sur l'élaboration de cahiers des charges dédiés à ces nouvelles typologies de produits.

Nous étendons également notre approche qualité à notre offre de seconde main grâce à des process qualité pour la collecte et l'achat des produits de seconde main.

La qualité des produits passe aussi par l'excellence opérationnelle. Nous avons donc renforcé notre démarche d'amélioration continue en 2024 en obtenant la certification ISO 9001 : 2015 : Systèmes de management de la qualité pour notre entité d'achat et de suivi de production, à Hong Kong. Nous avons poursuivi le développement de la certification ISO 9001 en 2025 en certifiant notre bureau à Shanghai.

CONFORMITÉ PRODUITS	2022	2023	2024	2025
Nombre de produits ayant fait l'objet d'une alerte client	37	30	17	32
Nombre de produits retirés de la vente	1			2
Nombre de rappel produits auprès de nos clients				3

3.5.3 Traçabilité de la chaîne de valeur

En 2025, nous avons vu aboutir plusieurs démarches destinées à assurer plus de transparence dans les informations que nous partageons avec nos clients et à les accompagner dans l'évolution de leurs modes de consommation.

Les certifications matières

Dès le début d'année, nous avons en effet affiché nos différentes certifications matières (GOTS Global Organic Textile Standard, OCS Organic Content Standard, GRS Global Recycled Standard et RCS Recycled Claim Standard) sur les étiquettes des produits en magasins ainsi que sur nos fiches produits sur le site web Kiabi.

Ces informations ont pour objectif de fiabiliser l'information proposée à nos clients sur l'utilisation de matières issues de l'agriculture biologique ou recyclées, mais aussi de les conforter sur les enjeux de traçabilité.

L'affichage environnemental

À fin 2025, l'affichage environnemental était déployé sur **75 % de nos produits textiles et sous-vêtements**, soit 59 % de l'ensemble des produits Kiabi sur l'application et le site kiabi.com.

Cette démarche volontaire s'inscrit dans le cadre d'une initiative nationale et collective, portée par le gouvernement français et l'Ademe. Notre participation à cette initiative contribue à notre volonté de développer en interne une mesure d'impact plus fine de nos produits, et de fournir aux familles des outils pour une consommation plus éclairée sur les questions environnementales.

Le déploiement de cet affichage, qui se traduit sur nos fiches produits en nombre de points d'impacts, est le résultat de cinq années de travail en interne, et avec les différentes parties prenantes externes. Il nous permet également de nous singulariser de nos concurrents.

Afin de renforcer la pédagogie autour de ce nouvel outil, nous avons choisi d'y ajouter une information complémentaire : l'équivalent en émissions de CO₂, que nous traduisons par des équivalences en trajets de train, kilomètres parcourus en voiture et nombre d'e-mails envoyés.

Chez Kiabi, une cheffe de projet est dédiée à ce sujet depuis trois ans, avec pour rôle d'animer les différents acteurs (traçabilité, informatique, web, communication, prestataire pour la solution de calcul...) et de participer aux groupes de travail auprès des autres marques engagées et du Commissariat Général au Développement Durable (CGDD).

Cette approche collective nous a permis de partager à différentes étapes nos données comme des enquêtes de perception clients, et d'accueillir en 2025 une délégation du CGDD au sein du Kiabi Village à Lezennes pour partager aux experts des remontées opérationnelles sur ce sujet. En complément, nous participons également aux groupes de travail européens sur le sujet de l'affichage environnemental. Nous espérons une uniformisation des outils et méthodologies aux niveaux français et européens, afin de permettre le déploiement de cet affichage pour nos autres clients européens.

Défis à relever sur les enjeux des consommateurs et utilisateurs finaux

- Assurer la **sécurité informatique** de nos systèmes et des données dont nous sommes responsables, dans un contexte accru de risques
- Élargir le périmètre de produits couvert par l'**affichage environnemental** et couvrir 100 % du périmètre du décret français avant fin 2026
- Faire progresser notre **NPS clients** dans l'ensemble de nos pays et sur tous nos canaux de distribution

4.

Gouvernance



4.

Gouvernance

4.1 Synthèse

Une approche éthique au service de la conduite des affaires

Notre dispositif de maîtrise des risques.



Chez Kiabi, notre ambition est d'en faire toujours plus pour les familles.

Pour mener l'ensemble de nos activités au service de cette mission, nous choisissons d'agir dans un cadre juste et responsable, dans le respect des **principes éthiques**.

Consciente des risques inhérents à ses activités et à sa chaîne de valeur internationale, Kiabi déploie un dispositif structuré **de prévention, de détection et de traitement des risques de corruption**, en conformité avec les exigences réglementaires applicables, notamment la loi Sapin II.

Cette responsabilité est partagée à tous les niveaux de l'entreprise, et nos exigences sur ces sujets sont formalisées dans nos **codes de conduite**, à destination de nos collaborateurs et de nos partenaires.

Nous nous assurons du respect de ces codes à travers une **gouvernance** renforcée sur le sujet, une politique **de contrôle interne et d'audit**, et la mise en place de dispositifs d'alerte pour remonter les manquements à ces principes. Dans le cadre de la loi sur le **devoir de vigilance**, Kiabi met également en œuvre des actions visant à prévenir les atteintes aux droits humains et à l'environnement tout au long de sa chaîne de valeur.

Défis à relever

- Continuer à renforcer notre dispositif global de **gestion des risques éthiques**
- Nous aligner avec les exigences de la **CSRD**

4.

Gouvernance

4.2 Conduite des affaires

4.2 Conduite des affaires

L'intégration de l'éthique et d'une approche éclairée de la gestion des risques dans l'ensemble de nos activités constitue une responsabilité partagée, portée à tous les niveaux de l'entreprise.

Cette démarche vise à donner à chaque collaborateur les moyens d'agir en conformité avec notre **Code de Conduite** et nos principes éthiques, et repose avant tout sur des actions individuelles au quotidien.

À ce titre, Kiabi s'engage à :

→ Agir avec intégrité et probité, dans le respect des lois, règlements et standards applicables ;

→ Promouvoir une culture éthique, fondée sur le respect des droits humains et des valeurs fondamentales ;

→ Contribuer à la création d'une valeur durable, au bénéfice de l'entreprise et de l'ensemble de ses parties prenantes.

Gouvernance de l'éthique

Depuis 2022, Kiabi dispose d'un service spécifiquement dédié à la Compliance et à l'Éthique des affaires, rattaché au niveau Groupe. Initialement intégré à la Direction Performance, ce service relève aujourd'hui de la **Direction Administrative et Financière**.

Un nouveau leader **Legal, Corporate et Compliance** vient renforcer les équipes et bénéficie d'indépendance dans l'exercice de ses missions, quel que soit son rattachement hiérarchique. Le top management lui fournit les moyens nécessaires et garantit son autonomie, assurant ainsi que les sujets de conformité, d'éthique et de prévention des risques soient traités avec impartialité et efficacité dans l'ensemble du périmètre du Groupe.

En 2025, le service « Compliance et Éthique des affaires » a été renforcé par la nomination d'une nouvelle leader, qui a intégré et consolidé ce service au pôle Juridique et Corporate, renforçant ainsi la gouvernance

et la transversalité des sujets éthiques au sein du Groupe.

Cette même année, le renforcement du service Contrôle Interne et la restructuration du service d'Audit Interne ont contribué au renforcement des dispositifs pilotés par la Compliance et Éthique des affaires, en améliorant la maîtrise des risques et la coordination des fonctions de second et troisième niveau.

La branche Compliance et Éthique des affaires pilote et anime :

→ Le **dispositif de prévention et de lutte contre la corruption**, conformément à la loi Sapin II et aux réglementations équivalentes applicables à l'international ;

→ Le **respect des sanctions internationales** et la coordination des dispositifs de **prévention et de lutte contre la fraude et la LCB-FT** ;

→ **L'accompagnement des enjeux liés à la loi sur le devoir de vigilance**, notamment en matière de respect des droits humains et de protection de l'environnement.

→ Les sujets de **protection des données personnelles**, en conformité avec le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) et les législations locales équivalentes dans les pays d'implantation du Groupe ;

En ligne avec notre **vision triple capital**, les enjeux éthiques sont évalués au même niveau que les enjeux financiers, garantissant ainsi une intégration complète et cohérente dans toutes les décisions stratégiques et opérationnelles.

Ces sujets sont suivis et pilotés par le **Comité Audit, Finance et Risques** au niveau Groupe et par le **Conseil d'Administration**, avec des interventions régulières du service selon un calendrier préétabli.

Culture d'entreprise

Chez Kiabi, l'éthique est au cœur de toutes nos activités. Nous veillons à ce que les comportements et pratiques éthiques soient systématiquement

intégrés dans nos opérations, nos processus et nos décisions.

L'approche de Kiabi vise à **développer une culture éthique** au sein de l'entreprise, en restant proche des préoccupations des équipes, en participant au développement des projets, et en fournissant des éléments permettant une prise de décision éclairée au quotidien. Elle repose sur les principes de **Privacy by Design et Ethics by Design**, visant à intégrer systématiquement les considérations éthiques et de protection des données dans les processus de conception et de développement de l'entreprise, bien au-delà des seuls nouveaux systèmes et dispositifs technologiques.

Pour rendre cela possible, nous nous appuyons sur un **réseau de référents** en matière de RGPD, Compliance et Éthique au sein de toutes nos Business Units, afin de garantir l'acculturation et de maintenir une dynamique de proximité.

Avec le soutien des équipes Ressources Humaines, nous **sensibilisons nos collaborateurs dès leur arrivée** afin de leur permettre de connaître les valeurs éthiques de l'entreprise, les politiques internes, le périmètre de la Compliance et Éthique des Affaires ainsi que les interlocuteurs clés et le dispositif d'alerte. Cette sensibilisation vise à encourager, dès l'arrivée chez Kiabi, une conduite transparente et intègre, en conformité avec les lois et règlements applicables.

Grâce à une **écoute active des besoins** des équipes et des collaborateurs, nous encourageons chacun à adopter une démarche volontaire, sécurisée et responsable, prenant en compte le respect des personnes, la protection de l'environnement, ainsi que l'intérêt de l'entreprise et de l'ensemble de nos parties prenantes

En 2025, une attention particulière a été portée à la Direction Achats Indirects (DAI) et aux équipes en charge du Développement International.

Avec la DAI, une **campagne de diffusion du Code de Conduite Partenaires** a été mise en place avec pour objectif que tous les partenaires commerciaux de KIABI s'engagent à respecter les principes éthiques énoncés. Dans le cadre des appels d'offres, des critères Compliance et

RSE sont pris en compte pour la sélection des partenaires, et les équipes sont désormais sensibilisées aux enjeux des conflits d'intérêts, adoptant un comportement de déclaration à la Compliance et une gestion préventive des contextes identifiés.

Pour le Développement International, des **Études Pays** sont systématiquement réalisées par le département Compliance & Éthique des affaires visant à informer les développeurs sur les risques géopolitiques, sécuritaires, de corruption, de transparence financière, les sanctions internationales et le contexte de respect des droits humains des pays d'expansion. Ces analyses permettent d'identifier et de gérer les risques liés à l'ouverture de nouveaux marchés et partenariats dans un contexte international.

L'importance de l'éthique et de la conformité est régulièrement rappelée à nos collaborateurs à travers des initiatives de sensibilisation et de **communication**. Chaque année, Kiabi met particulièrement l'accent sur ces sujets à l'occasion de la **Journée mondiale de lutte contre la corruption**, du **Privacy Day** et de la **Journée mondiale des lanceurs d'alerte**, afin de renforcer la culture éthique, rappeler les bonnes pratiques et encourager chaque collaborateur à agir avec intégrité et responsabilité

Dispositif d'alerte et protection des lanceurs d'alerte

Chez Kiabi, un dispositif d'alerte est mis à disposition via une **plateforme sécurisée**, accessible en **21 langues**, y compris celles des pays de production et de distribution. Il permet à l'ensemble des parties prenantes — collaborateurs, partenaires, fournisseurs, etc. — de signaler tout manquement aux Codes de conduite, ainsi que toute situation contraire au respect des droits humains ou aux exigences en matière d'environnement. Les signalements peuvent être effectués de manière anonyme.

L'accès à la plateforme est facilité par **plusieurs canaux** : le site Internet

de Kiabi, l'intranet Ethics at Work, un lien direct intégré aux signatures e-mail des Compliance Officers, des QR codes présents sur les cartes de voyage et les cartes de visite des Compliance Officers-auditeurs en Asie, ainsi que les affiches « Oui Intégrité ». Ces dernières, dotées de QR codes, sont déployées dans chaque usine de production et traduites dans la langue locale correspondante ; elles sont également présentes dans nos magasins.

Ce dispositif complète les **autres canaux** de communication existants, notamment la voie hiérarchique et le service Ressources Humaines, afin de garantir que toute situation à risque puisse être signalée et traitée de manière appropriée.

Kiabi **encourage** ses parties prenantes à s'exprimer en toute confiance lorsqu'elles sont témoins d'un comportement contraire aux valeurs de l'entreprise, à la loi ou à l'éthique. L'entreprise s'engage pleinement à respecter les dispositions de la loi n° 2022-401 du 21 mars 2022 visant à améliorer la protection des lanceurs d'alerte. **Aucun acte de représailles n'est toléré** à l'encontre des personnes qui signalent, de manière responsable et de bonne foi, un manquement réel ou suspecté présentant un risque pour les individus ou pour l'entreprise. Toute forme d'intimidation ou de représailles expose son auteur à des sanctions disciplinaires.

Le Groupe s'engage à **protéger les lanceurs d'alerte** en garantissant la stricte confidentialité de l'identité du signalant (lorsqu'il est identifié), des personnes mentionnées dans le signalement et des informations transmises.

Le traitement des signalements est assuré par un **comité ad hoc**, constitué en fonction de la nature et de la gravité des faits signalés. Ce comité définit conjointement le **plan d'enquête** et évalue la meilleure stratégie de conduite des investigations, qu'elles soient menées en interne ou externalisées.

Pour les situations les plus sensibles, un **comité de crise** peut être constitué afin d'assurer la rigueur des enquêtes et la gestion appropriée des risques.

Le processus d'investigation respecte le **principe du contradictoire** et

garantit la **présomption d'innocence** des personnes mises en cause, leur permettant de s'exprimer et de présenter leurs observations. Il repose également sur l'**indépendance des enquêteurs**, internes ou externes, afin d'assurer une gestion impartiale et objective des signalements.

Les conclusions des enquêtes peuvent donner lieu à différentes mesures :

- revues de processus pour améliorer l'organisation ou les procédures,
- renforcement des contrôles internes et comptables,
- actions de communication et de sensibilisation,
- formations ciblées,
- ou sanctions disciplinaires, appliquées de manière proportionnée et cohérente.

Les décisions relatives aux sanctions disciplinaires sont prises de manière **collégiale**, associant les leaders de filière, les leaders du pays concerné et les supérieurs hiérarchiques.

Par ailleurs, les **statistiques** issues de la plateforme de signalement sont présentées régulièrement au Conseil d'administration ainsi qu'au Comité Audit, Finance et Risque. L'augmentation du nombre de signalements observée en 2024 et 2025 est interprétée comme un **indicateur de confiance** renforcée dans le dispositif, ainsi que comme le reflet d'une **meilleure connaissance et accessibilité** de l'outil, y compris pour les parties prenantes externes.

4.

Gouvernance

4.3 Gestion des relations avec les fournisseurs

4.3 Gestion des relations avec les fournisseurs

Gestion de nos fournisseurs

Kiabi applique une **politique rigoureuse** de gestion de ses relations avec ses fournisseurs, visant à garantir un comportement correct, responsable et durable tout au long de sa chaîne d'approvisionnement. Cette politique intègre les risques sociaux, environnementaux, économiques et réputationnels, ainsi que les impacts potentiels sur les enjeux de durabilité.

Elle repose sur plusieurs axes structurants :

→ Sélection et évaluation des fournisseurs :

Les fournisseurs sont sélectionnés et évalués selon des critères sociaux, environnementaux et éthiques stricts, incluant notamment le respect des droits humains, des conditions de travail, de la santé et de la sécurité, ainsi que la performance environnementale.

Kiabi privilégie des partenaires responsables, disposant d'une intégrité commerciale avérée, d'un historique de performance fiable, de ressources financières et techniques suffisantes, d'une couverture assurantielle adaptée et d'une bonne réputation. Les fournisseurs présentant un niveau de risque élevé ou considérés comme vulnérables font l'objet d'un suivi renforcé.

→ Accompagnement et dialogue avec les fournisseurs :

Les équipes en charge des achats et de la chaîne d'approvisionnement adoptent une approche de collaboration et de dialogue constructif avec les fournisseurs. Des incitations liées à la qualité, au prix, à l'innovation et à la durabilité sont mises en place afin d'encourager l'amélioration continue des pratiques responsables et de renforcer la résilience de la chaîne d'approvisionnement.

→ Relations commerciales équitables

Kiabi veille à entretenir des relations commerciales transparentes, équilibrées et prévisibles avec ses fournisseurs.

→ Suivi, contrôle et évaluation des performances

Les performances sociales et environnementales des fournisseurs marchands sont suivies régulièrement à travers des visites sur site, des audits sociaux et environnementaux, ainsi que la mise en œuvre de plans d'actions correctifs en cas de non-conformité (cf. partie sociale page 55).

Pour les fournisseurs non marchands relevant du périmètre de la Direction des Achats Indirects (DAI), l'évaluation s'appuie sur des critères SQSCI (Supply, Quality, Service, Competitiveness, Innovation) et RSE. Ces évaluations alimentent les Revues Business et Performance et permettent de définir des plans d'amélioration continue.

Zoom sur les achats indirects

Kiabi s'engage à adopter des **pratiques d'achats** favorisant la responsabilité environnementale et sociale. Les fournisseurs proposant des produits et services à faible impact environnemental, réduisant la consommation de ressources et respectant des pratiques de travail éthiques sont privilégiés.

KIABI encourage ses fournisseurs à démontrer leur engagement en matière de **durabilité** dans une logique de transparence et de **collaboration**. La sélection des fournisseurs repose sur une évaluation objective et équitable des offres, fondée sur des critères prédéfinis intégrant des exigences éthiques et de durabilité, permettant d'apprécier le niveau de maturité des partenaires au regard du **Code de Conduite Éthique Partenaires** et d'une démarche d'amélioration continue.

Le processus Source to Contract garantit que les décisions d'achats sont alignées avec les engagements de Kiabi en matière de responsabilité, de rapport qualité-prix et de relations fournisseurs durables. Les négociations

contractuelles sont conduites de manière responsable afin d'aboutir à des accords équilibrés, protégeant les intérêts des deux parties.

Le Département Achats Indirects (DAI) est responsable de l'évaluation des nouveaux fournisseurs non marchands au niveau du Groupe. Il assure un suivi continu de l'efficacité des activités achats et veille à l'alignement de la stratégie achats avec les objectifs globaux de l'entreprise.

Le périmètre du département Achats Indirects (DAI) est défini selon une approche fondée sur les risques, prenant notamment en compte :

→ le montant des dépenses ;

→ les opportunités de création de valeur (réduction des coûts, optimisation des processus, innovation, collaboration fournisseurs, réduction des risques, conformité et durabilité) ;

→ le niveau de risque pour l'entreprise (financier, juridique, réputationnel, approvisionnement, service, qualité) ;

→ le niveau de complexité (nature de l'achat, conditions de marché, exigences réglementaires, impact stratégique) ;

→ l'impact sur les personnes et l'environnement (droits humains, conditions de travail, santé et sécurité, énergie, déchets, émissions).

Dans ce cadre, certains achats peuvent être réalisés sans l'implication directe du département Achats Indirects (DAI), mais via un processus de délégation formalisé et auditable, conçu pour permettre à l'ensemble des collaborateurs de sélectionner leurs partenaires de manière autonome et responsable, dans le respect des règles internes de Kiabi, des exigences éthiques, des critères de conformité, ainsi que des engagements sociaux et environnementaux de l'entreprise.

4.

Gouvernance

4.4 Maîtrise des risques éthiques

4.4 Dispositif de maîtrise des risques éthiques

La lutte contre la corruption

La lutte contre la corruption constitue un pilier essentiel de l'engagement éthique de Kiabi et un levier clé de confiance avec l'ensemble de ses parties prenantes.

Consciente des risques inhérents à ses activités et à sa chaîne de valeur internationale, Kiabi déploie un dispositif structuré de prévention, de détection et de traitement des risques de corruption, en conformité avec les exigences réglementaires applicables, notamment la **loi Sapin II**.

Ce dispositif s'inscrit dans une **démarche d'amélioration continue** et repose sur des politiques, des procédures, des actions de formation et de sensibilisation, ainsi que sur des mécanismes de contrôle et de suivi, visant à garantir l'intégrité des pratiques et à promouvoir une culture d'éthique et de responsabilité au sein du Groupe.

Conformément aux recommandations de l'Agence Française Anticorruption (AFA), Kiabi structure son programme de prévention et de lutte contre la corruption autour de trois piliers indissociables :

1. L'engagement de l'instance dirigeante : cet engagement repose sur l'exemplarité en matière d'intégrité et de probité, la promotion active du dispositif anticorruption, la mise à disposition des moyens nécessaires à son pilotage, ainsi que la prise de décisions relatives aux sanctions en cas de manquement.

2. La connaissance des risques : le Groupe élabore et met à jour une cartographie des risques d'atteintes à la probité, articulée avec la cartographie globale des risques de l'entreprise.

3. La gestion des risques identifiés : des mesures et procédures sont déployées afin de prévenir, détecter et remédier aux comportements ou situations contraires au Code de conduite ou susceptibles de constituer des atteintes à la probité. Cette gestion repose notamment sur :

→ des référentiels internes et externes, incluant le Code de conduite interne et le Code de conduite éthique Partenaires ;

→ des actions de sensibilisation et de formation des collaborateurs ;

→ l'évaluation des tiers ;

→ la mise en place d'un dispositif d'alerte interne et externe ;

→ des contrôles internes et comptables ;

→ l'application de mesures correctives et d'un régime disciplinaire.

En 2025, Kiabi a **évalué l'efficacité** de son dispositif anticorruption avec l'appui d'un cabinet externe spécialisé en conformité et en lutte contre la corruption. Cette démarche a permis d'obtenir une vision précise du niveau de maturité de chacun des piliers, d'identifier les axes d'amélioration et d'accompagner le pilotage des priorités ainsi que l'évolution du dispositif. À la connaissance du responsable Compliance et Éthique des affaires, les sociétés du groupe Kiabi n'ont jamais été condamnées pour corruption.

Le respect des sanctions internationales

Kiabi veille au respect des sanctions internationales et à la mise en œuvre de mesures de prévention et de lutte contre la fraude, le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme (LCB-FT). Ces actions sont menées en coordination avec les fonctions clés du Groupe afin de garantir la cohérence et l'efficacité des pratiques au sein du Groupe et de l'ensemble de ses opérations.

Le devoir de vigilance

Dans le cadre de la **loi sur le devoir de vigilance**, Kiabi met en œuvre des actions visant à **prévenir** les atteintes aux droits humains et à

l'environnement tout au long de sa chaîne de valeur. Ce dispositif repose sur une approche transversale et coordonnée entre les différentes Business Units, permettant d'identifier, d'évaluer et de traiter les risques liés aux activités du Groupe ainsi qu'à celles de ses partenaires.

Les pratiques du Groupe s'appuient sur des **standards internationaux** reconnus, notamment les Principes directeurs des **Nations Unies** relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme et les normes de **l'Organisation internationale du Travail (OIT)**, afin de garantir le respect des droits fondamentaux des travailleurs, des conditions de travail et de la protection de l'environnement dans l'ensemble de ses opérations.

La relation avec les fournisseurs de produits destinés aux clients est encadrée par le **Code de conduite Partenaire**, intégré aux contrats conclus avec les fournisseurs avec lesquels Kiabi contractualise directement. Ce code définit les **exigences sociales et environnementales du Groupe**. Il interdit notamment le travail des enfants, le travail forcé et toute forme de discrimination, garantit la liberté d'association, et fixe des exigences relatives aux conditions de sécurité, aux horaires de travail et à la protection de l'environnement. Cette démarche repose notamment sur :

→ la cartographie et l'évaluation des risques liés aux droits humains et à l'environnement ;

→ l'accompagnement et la sensibilisation des équipes opérationnelles ;

→ la mise en œuvre de mesures de prévention et de détection, notamment à travers les audits sociaux et environnementaux (cf. page 54), ainsi que de mesures de remédiation, via des plans d'action élaborés en collaboration avec les partenaires concernés et faisant l'objet d'un suivi rigoureux ;

→ le suivi et le reporting réguliers de l'efficacité du dispositif.

4.

Gouvernance

4.5 Parties prenantes & écosystème

4.5 Parties prenantes et écosystème

En tant qu'acteur majeur sur son marché, Kiabi fait partie intégrante de la filière de la mode et coopère avec différents types d'acteurs et de parties prenantes.

Nos parties prenantes

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

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

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

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

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

→ Des **associations / ONG** que nous soutenons via la Kiabi Foundation, le projet « Le Petit Magasin » ou encore des actions solidaires dans l'ensemble de nos pays. Kiabi est signataire d'un accord avec Business Social Compliance Initiative / Business Environmental Performance Initiative depuis 2018.

Nous soutenons de nombreuses structures associatives, notamment à travers notre Kiabi Foundation. Nous travaillons en partenariats avec des associations d'insertion professionnelle dans le cadre du développement de boutiques solidaires « Le Petit Magasin ».

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

Nous leur proposons depuis 2019 une conférence de presse annuelle en France et répondons à leurs sollicitations ponctuelles.

→ Des **actionnaires salariés et familiaux** qui sont nos ressources, ils contrôlent et assurent des investissements pour une entreprise résiliente et durable.

Notre écosystème Entreprise

REFOREST'ACTION

reforestaction.com

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

Kiabi a noué un partenariat fort avec Reforest'Action afin de développer des projets d'agriculture régénératrice au sein de sa chaîne de valeur. Ensemble, et en nous appuyant sur les coopératives agricoles locales, nous développons l'agroforesterie pour diminuer l'impact des cultures et régénérer les sols.

Notre écosystème Filière REP

CITEO

citeo.com

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

Kiabi est adhérent de l'éco-organisme Citeo, et à ce titre déclare les

prises en marché des emballages relevant de cette filière REP en France, et s'acquitte de l'éco-contribution pour couvrir les coûts de prévention et de gestion de ces emballages en fin de vie.

REFASHION

ReFashion.fr

Éco-organisme de la Filière Textile d'habillement, Linge de maison et Chaussure. Il assure, pour le compte de plus de 5 000 entreprises, la prévention et la gestion de la fin de vie de leurs produits, mis sur le marché grand public. Au cœur de l'écosystème de la Filière Textile d'habillement, linge de maison et chaussure, ReFashion propose des outils, des services, des informations qui facilitent et accélèrent la transformation vers l'économie circulaire.

Kiabi est adhérent de ReFashion depuis plus de 10 ans et actionnaire depuis 3 ans. Nous participons donc au conseil d'administration et au comité stratégie, aux appels d'offres mais aussi aux groupes de travail multi-entreprises comme les comités écomodulation et éco-conception.

RE-VISTE

re-viste.org

RE-VISTE est un système collectif de responsabilité élargie du producteur (SCRAP) pour les déchets textiles (vêtements, textiles de maison, chaussures et articles en cuir).

Sa mission, en collaboration avec les autres acteurs est d'organiser et de financer la gestion des déchets, y compris celle des déchets recyclables, de manière efficace et durable, selon les principes de l'économie circulaire ; de dynamiser les chaînes de recyclage et de promouvoir les bonnes pratiques d'écoconception, conformément à la réglementation en vigueur.

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

ERION TEXTILES

eriontextiles.it

Erion Textiles est le système de conformité italien des producteurs de vêtements, d'accessoires, d'articles en cuir, de linge de maison et de chaussures. Il est le principal organisme italien de responsabilité élargie des producteurs, dédié à la gestion des déchets textiles. Pour contribuer au déploiement de solutions à l'échelle de la filière textile et chaussures en Italie, Kiabi a rejoint le collectif Erion Textiles, fondé par l'éco-organisme Erion qui gère déjà plusieurs filières REP en Italie.

BEBAT

bebat.be

Bebat est l'éco-organisme belge chargé de la collecte, du tri et du recyclage des piles et batteries. Il coordonne un réseau national de points de collecte, sensibilise les citoyens et garantit une gestion des déchets de batteries afin de limiter leur impact environnemental. Kiabi est adhérent de l'éco-organisme Bebat, et à ce titre déclare les mises en marché des produits relevant de cette filière REP en Belgique, et s'acquitte de l'éco-contribution pour couvrir les coûts de prévention et de gestion de ces produits en fin de vie.

CONAI

conai.org

Conai est le consortium national italien pour la gestion des emballages. Il organise la prévention, la collecte, le recyclage et la valorisation des déchets d'emballages, en soutenant les entreprises et les collectivités pour développer une économie circulaire performante. Kiabi est adhérent de l'éco-organisme Conai, et à ce titre déclare les mises en marché des emballages relevant de cette filière REP en Italie, et s'acquitte de l'éco-contribution pour couvrir les coûts de prévention et de gestion de ces emballages en fin de vie.

ECOEMBES

ecoembes.com

Ecoembes est l'éco-organisme espagnol dédié aux emballages ménagers.

Il finance et organise leur collecte sélective, tri et recyclage, accompagne les municipalités et entreprises, et mène des actions de sensibilisation pour améliorer la circularité des matériaux.

Kiabi est adhérent de l'éco-organisme Ecoembes, et à ce titre déclare les mises en marché des emballages relevant de cette filière REP en Espagne, et s'acquitte de l'éco-contribution pour couvrir les coûts de prévention et de gestion de ces emballages en fin de vie.

ECOMAIISON

ecomaison.com

Ecomaison est l'éco-organisme français de la filière des objets et matériaux de la maison. Il organise la collecte, le réemploi et le recyclage des meubles, jouets, articles de bricolage et textiles décoratifs afin de réduire les déchets et préserver les ressources.

Kiabi est adhérent de l'éco-organisme Ecomaison, et à ce titre déclare les mises en marché des jeux et jouets relevant de cette filière REP en France, et s'acquitte de l'éco-contribution pour couvrir les coûts de prévention et de gestion de ces produits en fin de vie.

ECOSYSTEM

ecosystem.eco

Ecosystem est l'éco-organisme français en charge des équipements électriques et électroniques et des lampes. Il développe des solutions de collecte, de dépollution, de réemploi et de recyclage, tout en sensibilisant les acteurs à une consommation plus responsable.

Kiabi est adhérent de l'éco-organisme Ecosystem, et à ce titre déclare les mises en marché des produits électriques et électroniques relevant de cette filière REP en France, et s'acquitte de l'éco-contribution pour couvrir les coûts de prévention et de gestion de ces produits en fin de vie.

FOST PLUS

fostplus.be

Fost Plus gère la collecte sélective et le recyclage des emballages ménagers en Belgique. Il coordonne les flux de matériaux, soutient les

communes, innove pour améliorer la performance environnementale et favorise l'économie circulaire des emballages.

Kiabi est adhérent de l'éco-organisme Fost Plus, et à ce titre déclare les mises en marché des emballages relevant de cette filière REP en Belgique, et s'acquitte de l'éco-contribution pour couvrir les coûts de prévention et de gestion de ces emballages en fin de vie.

PONTO VERDE

pontoverde.pt

Sociedade Ponto Verde est l'éco-organisme portugais pour les emballages. Il assure leur gestion, depuis la collecte jusqu'au recyclage, accompagne les entreprises dans leurs obligations environnementales et promeut les bonnes pratiques pour une économie plus circulaire.

Kiabi est adhérent de l'éco-organisme Ponto Verde, et à ce titre déclare les mises en marché des emballages relevant de cette filière REP, et s'acquitte de l'éco-contribution pour couvrir les coûts de prévention et de gestion de ces emballages en fin de vie.

BATRIBOX

batribox.fr

Batribox est l'éco-organisme français spécialisé dans les piles et batteries. Il organise leur collecte, leur recyclage et leur valorisation, développe des actions de sensibilisation et accompagne les producteurs pour limiter l'impact environnemental de ces produits.

Kiabi est adhérent de l'éco-organisme Batribox, et à ce titre déclare les mises en marché des piles et batteries et s'acquitte de l'éco-contribution pour couvrir les coûts de prévention et de gestion de ces produits en fin de vie.

VALDELIA

valdelia.org

Valdelia est l'éco-organisme français de la filière mobilier professionnel, élargie maintenant aux mobiliers ménagers. Il structure la collecte, le réemploi et le recyclage des meubles d'entreprise et ménagers, favorise l'écoconception et soutient l'économie circulaire dans les secteurs

tertiaires et industriels.

Kiabi est adhérent de l'éco-organisme Valdelia, et à ce titre déclare les mises en marché des équipements d'ameublements relevant de cette filière REP, et s'acquitte de l'éco-contribution pour couvrir les coûts de prévention et de gestion de ces produits en fin de vie.

Notre écosystème ONG

LA FÉDÉRATION DE LA MODE CIRCULAIRE

federationmodecirculaire.fr

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

Kiabi a posé des ambitions fortes en termes de circularité. A ce titre, pour soutenir la filière et être au coeur des enjeux, Kiabi rejoint la fédération de la mode circulaire en 2024.

CASCALE

cascale.org

Cascale réunit plus de 300 marques et détaillants, fabricants et fournisseurs, gouvernements, institutions universitaires et membres à but non lucratif de l'ensemble du secteur des biens de consommation pour lutter contre le changement climatique et soutenir un travail décent pour tous. Rejoindre Cascale offre à Kiabi plusieurs avantages, notamment :

- Accès à un réseau diversifié
- Évaluation comparative de la durabilité
- Connaissance de la chaîne d'approvisionnement
- Plaidoyer pour la communauté
- Collaboration sectorielle

Ces avantages permettent à Kiabi de contribuer à une industrie de la mode plus responsable et équitable.

USCTP - US Cotton Trust Protocol®

trustuscotton.org

USCTP réunit tous les acteurs concernés par le coton américain – universitaires, chercheurs et l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement, des champs aux rayons des magasins – afin d'élaborer un programme visant à prouver, mesurer et vérifier les pratiques agricoles responsables, tout en encourageant l'innovation et en soutenant les producteurs grâce à des informations et des ressources. En 2020, le Cotton Trust Protocol® américain a été lancé.

Le Cotton Trust Protocol® suit les progrès réalisés par rapport à des objectifs environnementaux mesurables à l'aide de données vérifiées. Nous nous concentrons sur ce qui compte : l'utilisation des terres, la santé des sols, l'eau, les émissions et l'énergie, autant de domaines dans lesquels des améliorations peuvent stimuler à la fois l'efficacité et la rentabilité des exploitations agricoles.

La solution de traçabilité, la Protocol Consumption Management Solution (PCMS), permet de suivre le coton depuis les exploitations agricoles jusqu'au produit fini, fournissant ainsi des informations basées sur des données pour un approvisionnement responsable.

Kiabi a rejoint USCTP en 2023, nos fournisseurs utilisent du coton provenant des fermes OCA. Nous nous engageons sur un tonnage annuel. Nous siégeons au Conseil d'Administration depuis 2 ans.

ACTS AND FACTS

actsandfacts.org

Mouvement de femmes, d'hommes et d'entreprises menant ensemble des actions concrètes pour accélérer la transition écologique.

Kiabi en est membre depuis 2019 et participe aux groupes de travail sur l'écoconception des produits, la sensibilisation des collaborateurs aux enjeux environnementaux et le recyclage des textiles en fin de vie.

AMFORI

amfori.org

Amfori est une association professionnelle mondiale qui facilite la gestion des risques pour les entreprises de toutes tailles et de tous secteurs

afin de construire des chaînes d'approvisionnement plus résilientes et durables.

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

BETTER COTTON INITIATIVE

bettercotton.org

Est une organisation mondiale à but non lucratif dont l'objectif est de former les producteurs de coton à des pratiques agricoles plus responsables, 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. Nous sommes en cours de sortie, le coton BCI ne répondant plus à nos attentes en terme de data et de traçabilité.

ICS (INITIATIVE CLAUSE SOCIALE)

ics-asso.org

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

EIS - Employment Injury Scheme

eis-pilot-bd.org

Le programme pilote d'indemnisation des accidents du travail (EIS) au

Bangladesh est une initiative d'assurance sociale visant à indemniser financièrement les travailleurs du secteur du prêt-à-porter en cas de décès ou d'invalidité permanente survenus au travail. Ce programme est géré par le ministère du Travail et de l'Emploi du Bangladesh via le Fonds central, avec le soutien technique de l'OIT et de la GIZ.

L'adhésion au programme OIT/EIS implique pour Kiabi de :

→ Contribuer au programme sur une base volontaire, témoignant ainsi de son engagement envers le bien-être des travailleurs du secteur du prêt-à-porter.

→ Soutenir le programme en contribuant au fonds, ce qui permet de couvrir les coûts liés à l'EIS.

→ Sensibiliser les travailleurs à l'EIS, en veillant à ce qu'ils soient informés de leurs droits et prestations.

ORGANIC COTTON ACCELERATOR

organiccottonaccelerator.org

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

Chaque dollar investi dans leur programme améliore la prospérité des fermiers, contribue à la durabilité et enfin renforce l'intégrité du secteur du coton. OCA soutient les fermiers car ils sont les catalyseurs de ce changement, les gardiens de la terre. En soutenant le fermier, on renforce le secteur du coton.

Kiabi a rejoint OCA en 2021, nos fournisseurs utilisent du coton provenant des fermes OCA. Nous nous engageons sur un tonnage annuel. Nous siégeons au Conseil d'Administration depuis 2 ans.

ORSE

orse.org

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

PARIS GOOD FASHION

parisgoodfashion.fr

Association qui vise à faire de Paris la capitale d'une mode plus responsable. 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.

TEXTILE EXCHANGE

textileexchange.org

Est une organisation à but non lucratif travaillant sur le sujet du 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 de 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.

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 moins impactantes sur l'environnement deviennent une option incontournable, en mobilisant les leaders du secteur à travers des stratégies atteignables, des solutions concrètes et une communauté motivée.

TE est une source de données, de rapports, de conférences, et permet aux marques et aux acteurs du textile de connecter lors des conférences annuelles.

5.

Annexes

Détail des accords collectifs par pays

5.

Annexes

Détail des accords collectifs par pays

5.1 France

TYPE D'ACCORD	Thématique	Société concernée	Objectifs de l'accord	KPI de l'accord
QVCT + Déconnexion	Bien-être au travail	UES	Maintenir un cadre de travail sécurisée permettant d'améliorer la qualité de vie au travail tout en favorisant la performance	Enquête GPTW
Télétravail	Bien-être au travail	UES	Maintenir l'équilibre entre la qualité de vie du collaborateur et la performance de l'entreprise	Enquête GPTW
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)	
Égalité hommes / femmes	Égalité hommes / femmes	UES	Garantir, promouvoir et animer l'égalité professionnelle entre collaborateurs quel que soit leur sexe. 5 domaines d'engagements : l'emploi, la formation professionnelle, l'accès à la mobilité et à la promotion interne, la rémunération, les conditions de travail / articulation vie pro /vie perso / exercice de la responsabilité parentale	Exemples : Mise à disposition d'un module e-learning pour promouvoir la diversité : 100 % des acteurs du recrutement doivent la suivre. Nombre de personnes ayant bénéficié d'une action de formation dans les 12 mois du retour suite à une longue absence. Suivi des écarts de rémunération entre les femmes et les hommes ayant le même poste, et le même niveau de maîtrise en fonction de l'ED. Nombre de collaborateurs en congés de présence parentale ayant décidé de conserver leur mutuelle
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
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).
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	
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	
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	

5.1 France (suite)

TYPE D'ACCORD	Thématique	Société concernée	Objectifs de l'accord	KPI de l'accord
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	
Accord intéressement	Pouvoir d'achat	KIA + LOG +BUN		
Accord participation	Pouvoir d'achat	UES		
Astreintes	Bien-être au travail	UES (BUNSHA + KL + KIABI EUROPE)	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
Négociations annuelles obligatoires (NAO)	Pouvoir d'achat	UES (BUNSHA + KLO + KIABI EUROPE)	Maintenir le pouvoir d'achat et négocier des mesures relatives à l'amélioration des conditions de travail et les bénéfices	

5.2 Espagne

TYPE D'ACCORD	Thématique	Société concernée	Objectifs de l'accord	KPI de l'accord
Accord «Charges Horaires»	Équilibre vie professionnelle / vie personnelle	KES	Règles et règlements pour favoriser l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle	Turnover & Absentéisme
Accord «Benefits»	Bien-être au travail	KES	Avantages tels que des congés majorés, des anniversaires, des congés de maternité / paternité...	
Déconnexion Digital	Équilibre vie professionnelle / vie personnelle	KES	Limitation de l'utilisation des dispositifs numériques pour permettre et accroître la déconnexion	
Bekiabers	Pouvoir d'achat	KES	Accès à prix réduits à des services tels que restaurants, cinémas, gym...	Tx. Participation
Plan égalité et diversité	Égalité hommes femmes	KES	Garantir, promouvoir et animer l'égalité professionnelle entre collaborateurs quel que soit leur sexe.	Turnover & Absentéisme
Aide à l'uniformité	Pouvoir d'achat	KES	Bonus aux équipes pour l'achat de vêtements Kiabi pour leur poste de travail	Tx. Participation
Rémunération flexible	Pouvoir d'achat	KES	Accès à certains services (formation, titre de transport, titre restaurant, assurance médicale...) à prix réduits et avantages fiscaux	Tx. Participation
Plan d'inclusion sociale	Inclusion	KES	Accord avec des associations pour l'insertion professionnelle des groupes défavorisés	eNPS & Tx Engagement
Comité Kiabi Live	Inclusion	KES	Développement d'actions en faveur de la qualité de vie des publics défavorisés avec l'implication des Kiabers	eNPS & Tx Engagement
Actionnariat	Pouvoir d'achat	KES	Possibilité de participer au plan d'actionnariat de Kiabi	Tx. Participation

Tous les accords sont renouvelés et signés chaque année. L'accord sur la déconnexion digital a été signé pour la 1^{ère} fois en 2021.

5.3 Portugal

TYPE D'ACCORD	Thématique	Société concernée	Objectifs de l'accord	KPI de l'accord
Convention collective de travail	Le secteur du commerce de Rétail, du commerce de gros et du commerce électronique	APED	L'objectif est de contrôler et de suivre de près les dossiers vitaux pour le secteur et de contribuer à une prise de décision plus éclairée et plus durable	

5.4 Belgique

TYPE D'ACCORD	Thématique	Société concernée	Objectifs de l'accord	KPI de l'accord
Maternité	Bien-être au travail	KSCB	Plan global de prévention dans le cadre de la protection de la maternité (poste de CDV)	
Accord travail du dimanche	Équilibre vie professionnelle / vie personnelle	KSCB	Mise en place contreparties accordées aux Kiabers travaillant le dimanche, paiement sursalaire 100 % ou choix d'avoir un jour de recup ainsi que règles garantissant vie famille / week end	
2022 → Plan pour l'emploi des travailleurs 45 et +	Équilibre vie professionnelle / vie personnelle	KSCB	Actions visant à augmenter le taux d'emploi des travailleurs de 45 et + en favorisant leur maintien au travail	absentéisme
2022 → Convention collective de travail sur les avantages non récurrents liés aux résultats (ou CCT90)	Pouvoir d'achat	KSCB	Accord collectif de travail (annuel) avec les partenaires sociaux permettant d'avoir une exonération des cotisations de sécurité sociale et d'impôts pour les kiabers	
2023 → Convention collective de travail sur les avantages non récurrents liés aux résultats (ou CCT90)	Pouvoir d'achat	KSCB	Accord collectif de travail (annuel) avec les partenaires sociaux permettant d'avoir une exonération des cotisations de sécurité sociale et d'impôts pour les kiabers	
2024 → Convention collective de travail sur les avantages non récurrents liés aux résultats (ou CCT90)	Pouvoir d'achat	KSCB	Accord collectif de travail (annuel) avec les partenaires sociaux permettant d'avoir une exonération des cotisations de sécurité sociale et d'impôts pour les kiabers	
2024 → Politique d'absentéisme	Bien-être au travail	KSCB	Politique de gestion durable et positive de l'absentéisme : visant à réduire l'absentéisme combiné à une politique de bien-être au travail	Absentéisme

5.4 Belgique (suite)

TYPE D'ACCORD	Thématique	Société concernée	Objectifs de l'accord	KPI de l'accord
2024 → Droit à la déconnexion	Bien-être au travail	KSCB	Convention visant à garantir temps de repos, équilibre vie pro / vie privée et régir utilisation des outils numériques	
2024 → Chèques repas	Pouvoir d'achat	KSCB	Accord collectif de travail avec les partenaires sociaux permettant de transformer les primes annuelles en chèques repas et par conséquent gagner en pouvoir d'achat pour les kiabers	
2025 → Convention collective de travail sur les avantages non récurrents liés aux résultats (ou CCT90)	Pouvoir d'achat	KSCB	Accord collectif de travail (annuel) avec les partenaires sociaux permettant d'avoir une exonération des cotisations de sécurité sociale et d'impôts pour les kiabers	
2025 → Plan pour l'emploi des travailleurs 45 et +	Équilibre vie professionnelle / vie personnelle	KSCB	Actions visant à augmenter le taux d'emploi des travailleurs de 45 et + en favorisant leur maintien au travail	Absentéisme
Protection de la maternité	Bien-être au travail	KSCB	Moyennant adaptation de la JD auprès de la médecine du travail, possibilité de partir en écartement de la maternité à partir du 6 ^e mois de grossesse au lieu de 1 semaine avant le terme	GPTW, bien-être, absentéisme
Modulation horaire	Équilibre vie pro / perso	KSCB	Mise en place de la flexibilité horaire (annualisation du temps de travail : au trimestre pour le moment)	FP

5.5 Italie

TYPE D'ACCORD	Thématique	Société concernée	Objectifs de l'accord	KPI de l'accord	
Congé Parental	Équilibre vie professionnelle / vie personnelle	SEKI / CIA	Garantir à la salariée un retour au travail serein à travers l'organisation du CODEV (groupe d'intelligence collective) pour les personnes ayant terminé leur période de maternité	Enquête GPTW, résultats journée d'écoute RH, % turnover	
Congé Parental	Équilibre vie professionnelle / vie personnelle	SEKI / CIA	Accompagner et aider les salariées dans leur période de maternité. Si 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	SEKI / CIA	Possibilité pour le salarié de demander une avance du TFR dans certaines situations qui s'ajoutent aux cas prévus par la loi.	Enquête GPTW, % turnover	
Congé special	Bien-être au travail	SEKI / CIA	Congé spécial d'une semaine en cas de situation grave pour permettre aux collaborateurs de s'absenter sans problème lorsqu'ils en ont besoin	Enquête GPTW, taux FP, % turnover	
Paiement des dimanches et journées de festività travaillées	Pouvoir d'achat	SEKI / CIA	Application de majoration en sus de ce qui est prévu par le contrat commerce. Augmentation du pouvoir d'achat de nos collaborateurs.	Enquête GPTW, taux FP, % turnover	
Attribution de trois week-ends de congé que les salariés peuvent lier au début de leurs semaines de vacances.	Équilibre vie professionnelle / vie personnelle	SEKI / CIA		Améliorer l'équilibre vie pro / perso	Enquête GPTW, % turnover
Attribution des heures d'élasticité en plus par rapport au temps de travail hebdomadaire	Pouvoir d'achat	SEKI / CIA		Ajouter des heures aux salariés part time et augmenter le pouvoir d'achat de nos collaborateurs	Enquête GPTW, Taux FP, % turnover

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

5.

Annexes

Données spécifiques à l'Espagne

La présente annexe complémentaire porte exclusivement sur les informations non financières de KIABI Espagne KSCE, S.A. L'ensemble des données communiquées se rapporte à l'exercice 2025 (du 1^{er} janvier au 31 décembre 2025) ainsi qu'à l'exercice 2024.

Qualité et environnement

KIABI a réalisé le deuxième audit de suivi de la certification ISO 14001 relative au management environnemental, ainsi que le premier audit de suivi de la certification ISO 9001 relative au management de la qualité, certifiées par AENOR. La norme ISO 9001 atteste de la qualité des processus et des services, en favorisant l'amélioration continue et la satisfaction client.

Cette certification garantit que les services fournis par KIABI répondent aux plus hauts standards de qualité, ce qui se traduit par une satisfaction client accrue et des résultats constants. Par ailleurs, la norme ISO 14001 permet d'identifier, de maîtriser et de réduire les impacts environnementaux, de garantir le respect des exigences légales et de renforcer la confiance des parties prenantes.

En outre, les propriétaires et gestionnaires des actifs immobiliers avec lesquels KIABI collabore sont engagés dans la mise en œuvre de politiques de durabilité visant à réduire leur impact sur l'environnement et à promouvoir des pratiques immobilières durables, en intégrant les objectifs de développement durable de l'Agenda 2030. Parmi les actions menées avec ces partenaires immobiliers figurent notamment la collaboration en vue d'obtenir la certification BREEAM des actifs immobiliers, la mise en place de stratégies zéro déchet ou de recyclage, la promotion de la mobilité durable, l'amélioration du bien-être des personnes, la réduction des émissions de gaz à effet de serre et l'optimisation des consommations énergétiques. Chez KIABI, nous exigeons que l'ensemble de nos partenaires et collaborateurs prennent des engagements afin que les décisions soient adoptées de manière éthique, responsable et durable.

Énergie

→ La consommation d'énergie de nos sites en 2025, comparée à 2024, s'est élevée à 16 812 708 kWh (2025) contre 16 019 188 kWh (2024).

→ Souscription de contrats d'énergie auprès d'entreprises du groupe SRS, provenant de sources renouvelables (électricité verte à 100 %) et assortis de certificats de garantie d'origine.

→ Nous misons sur l'énergie photovoltaïque sur l'un de nos sites.

→ Installation d'équipements de climatisation plus performants, extension du parc de luminaires LED, remplacement des rideaux d'air, installation de détecteurs de présence et de batteries de condensateurs sur nos sites.

→ Gestion et automatisation des installations via des systèmes BMS sur nos sites.

→ Installation d'électrovannes afin de réduire les éventuelles fuites au niveau des réservoirs de chasse d'eau dans les sanitaires.

Consommables

→ Sacs clients : dans nos magasins, nous utilisons des sacs en papier 100 % recyclé, disponibles en trois formats, portant la certification FSC (papier issu de forêts gérées de manière responsable), le Point vert ainsi que le symbole de recyclage des emballages.

→ Rouleaux thermiques : sans BPA.

→ Cintres : fabriqués à partir de plastique recyclé.

Emballages

→ Kiabi adhère au dispositif Ecoembes et satisfait à ses obligations au titre de la responsabilité élargie du producteur (REP) pour les emballages ménagers et commerciaux.

→ Adhésion aux Plans d'entreprise de prévention (PEP) des déchets d'emballages, programme élaboré par Ecoembes, dans le cadre duquel nous mettons en œuvre de bonnes pratiques liées à la réduction de l'impact environnemental, à l'allègement des emballages et à l'utilisation de matériaux issus de filières de recyclage.

→ Respect du Décret royal 1055/2022 relatif aux emballages et aux déchets d'emballages, au moyen de la déclaration des emballages commerciaux et ménagers mis sur le marché espagnol, de l'inscription au registre des producteurs et de l'application de la taxe sur le plastique à usage unique.

Gestion des déchets

→ Gestion des déchets : nous travaillons avec des prestataires agréés pour la collecte, la gestion et le traitement des déchets générés sur nos sites.

→ Sensibilisation des équipes au tri des déchets (plastique, carton et déchets résiduels).

→ Gestion des toners : nous collaborons avec une entreprise spécialisée dans la gestion des cartouches et toners usagés.

→ Gestion des DEEE (déchets d'équipements électriques et électroniques) par l'intermédiaire d'un prestataire agréé.

Économie circulaire

→ Atelier de personnalisation visant à faire de chaque vêtement une pièce unique. Un atelier de transformation destiné à offrir une seconde vie aux vêtements. Les ateliers sont animés par des Kiabers formés à la personnalisation et à la customisation de vêtements et d'accessoires (patches, impressions, broderies).

→ Formation à l'écoconception

Empreinte carbone

→ Respect des dispositions du Décret royal 214/2025 du 18 mars, portant création du registre de l’empreinte carbone, de compensation et des projets d’absorption de dioxyde de carbone, et établissant l’obligation de calculer l’empreinte carbone ainsi que d’élaborer et de publier des plans de réduction des émissions de gaz à effet de serre.

→ Politique corporate de réduction des émissions de scope 1 et 2.

Nos équipes

Emploi

Depuis la création de la marque en France dans les années 1970, notre enseigne s’est engagée clairement à faciliter la vie des personnes. Dans notre cas, en démocratisant la mode, à des prix accessibles pour toute la famille.

Et ce mot, FAMILLE, est au cœur de notre ADN. Nous prenons soin de nos collaborateurs comme s’ils faisaient partie de la famille, ce qui signifie que nous prenons également soin de leurs familles. De la même manière, nous, Kiabers, prenons soin de nos clients et de notre écosystème, en formant une grande communauté de personnes qui partagent la même raison d’être, les mêmes valeurs et les mêmes convictions.

« Faciliter la vie des familles en créant ensemble une mode responsable et des solutions durables. »

Telle est la phrase qui donne tout son sens à notre nouvelle Vision 2035 et qui est à la base de tout ce que nous faisons dans l’entreprise, pour les collaborateurs, les clients, les partenaires, etc. C’est l’objectif, le cap

qui guide les Kiabers dans le monde entier, où qu’ils se trouvent. Les tableaux ci-après présentent la ventilation des équipes en Espagne sur une base consolidée. Les ventilations reposent sur l’effectif au 31 décembre 2024 et au 31 décembre 2025, respectivement.

Nombre total et répartition des effectifs par sexe, âge et catégorie professionnelle

Kiabi Espagne a clôturé l’exercice 2025 avec un effectif de 1 505 collaborateurs répartis sur l’ensemble du territoire. À fin 2025, l’entreprise comptait 75 magasins, dont 4 franchisés, ainsi que des services centraux.

Nombre total de collaborateurs

Exercice comptable 2024

Nombre total de personnes	Hommes	Femmes	% Hommes	% Femmes
1 392	167	1 225	12 %	88 %

Exercice comptable 2025

Effectif total	Hommes	Femmes	% Hommes	% Femmes
1 505	161	1 344	11 %	89 %

Par catégorie professionnelle

Exercice comptable 2024

Catégorie professionnelle	Hommes	Femmes	Total	% Hommes	% Femmes
Directeurs	5	2	7	71 %	29 %
Managers intermédiaires	45	87	132	34 %	66 %
Employés	117	1136	1253	9 %	91 %
Total	167	1 225	1 392	12 %	88 %

Exercice comptable 2025

Catégorie professionnelle	Hommes	Femmes	Total	% Hommes	% Femmes
Directeurs	4	2	6	67 %	33 %
Managers intermédiaires	43	90	133	32 %	68 %
Employés	114	1 252	1 366	8 %	92 %
Total	161	1 344	1 505	11 %	89 %

Par âge

Exercice comptable 2024

Âge	Hommes	Femmes	Total
<25	32	258	290
25-35	64	428	492
36-55	68	520	588
>55	3	19	22
Total	167	1 225	1 392

Exercice comptable 2025

Âge	Hommes	Femmes	Total
<25	38	376	414
25-35	50	400	450
36-55	69	547	616
>55	4	21	25
Total	161	1 344	1 505

Nombre total et répartition des types de contrats de travail

Chez Kiabi Espagne, nous sommes engagés auprès des personnes qui participent à ce grand projet. À ce titre, nous mettons tout en œuvre pour accompagner le développement professionnel de chacun des Kiabers. Chez Kiabi, chacun est acteur de son propre développement, au travers de plans d'action individuels lui permettant d'assumer de nouvelles responsabilités. Travailler chez Kiabi, c'est rejoindre une entreprise en développement continu, offrant un environnement de travail remarquable, dans lequel la communication et le travail d'équipe constituent des piliers essentiels.

Qu'est-ce qu'être Kiaber ? Être Kiaber, c'est avant tout une attitude, dont les qualités ou comportements les plus représentatifs sont les suivants :

1. Être entrepreneurial : prendre en main son évolution au sein de l'entreprise, avoir sa propre voix, contribuer et faire des propositions, quel que soit le rôle exercé chez Kiabi. C'est aussi accepter de se tromper, apprendre, recommencer et réussir, dans une culture où l'erreur, l'apprentissage et le droit à l'essai ont toute leur place.

Un exemple concret de la mise en pratique de cette qualité réside dans les missions confiées et dans la gestion de projets au sein de l'entreprise par

les équipes commerciales, les responsables de magasin ou les services centraux, ainsi que dans notre politique de mobilité interne.

2. Être généreux : PARTAGER, en majuscules, ses connaissances, son temps, ses ressources, au travers notamment des actions de la Fondation Kiabi, etc. Savoir demander de l'aide et en apporter lorsque cela est nécessaire, avec humilité et dans la poursuite d'un objectif commun. C'est dans cet esprit qu'a été mis en place le programme de participation interne de l'entreprise, afin de partager la réussite avec les personnes les plus importantes de la famille des collaborateurs de Kiabi.

3. Le service client : notre raison d'être, le cœur de toutes nos décisions et l'objectif commun vers lequel nous travaillons tous. C'est le point de départ et l'aboutissement de tout ce que nous faisons dans l'entreprise.

4. Avoir de la passion : pour ce que l'on fait, pour le client, pour la mode, pour la famille, pour les amis, pour les loisirs qui nous animent tous, pour la planète... Vis chaque jour comme s'il était unique. Nos processus de recrutement, dans lesquels nous impliquons des collaborateurs de toute l'entreprise, illustrent parfaitement cette passion.

5. Être proche : quelle que soit sa fonction dans l'entreprise, chacun interagit avec les autres de manière simple et directe, indépendamment de la hiérarchie ou de la structure organisationnelle. Nous encourageons une culture de feedback constructif continu, fondée sur l'honnêteté et sur l'ambition de progresser, individuellement comme collectivement.

6. Être exigeant : avec soi-même et avec les autres. Parce que l'objectif collectif prime sur l'objectif individuel, chacun donne le meilleur de lui-même, avec responsabilité, pour y contribuer.

Répartition des effectifs par type de contrat à durée indéterminée ou déterminée, et par type de contrat à temps complet et/ou à temps partiel

Exercice comptable 2024

Type de contrat	Hommes	Femmes	Total
Emploi à temps plein	66	202	268
Emploi à temps partiel	101	1 023	1 124
Total	167	1 225	1 392

Exercice comptable 2025

Type de contrat	Hommes	Femmes	Total
Emploi à temps plein	64	207	271
Emploi à temps partiel	97	1 137	1 234
Total	161	1 344	1 505

Exercice comptable 2024

Type de contrat	CDI	CDD	Total
Emploi à temps plein	264	4	268
Emploi à temps partiel	872	252	1 124
Total	1 136	256	1 392

Exercice comptable 2025

Type de contrat	CDI	CDD	Total
Emploi à temps plein	266	5	271
Emploi à temps partiel	908	326	1 234
Total	1 174	331	1 505

Exercice comptable 2024

Type de contrat	Hommes	Femmes	Total
CDI	145	991	1 136
CDD	22	234	256
Total	167	1 225	1 392

Exercice comptable 2025

Type de contrat	Hommes	Femmes	Total
CDI	132	1 042	1 174
CDD	29	302	331
Total	161	1 344	1 505

Par type de contrat et par âge

Exercice comptable 2024

Âge	À temps plein	À temps partiel	Total
<25	3	287	290
25-35	80	412	492
36-55	179	409	588
>55	6	16	22
Total	268	1 124	1 392

Exercice comptable 2025

Âge	À temps plein	Temps partiel	Total
<25	4	410	414
25-35	76	374	450
36-55	185	431	616
>55	6	19	25
Total	271	1 234	1 505

Exercice comptable 2024

Âge	CDI	CDD	Total	% Indéfini
<25	162	128	290	56 %
25-35	401	91	492	82 %
36-55	553	35	588	94 %
>55	20	2	22	91 %
Total	1 136	256	1 392	82 %

Exercice comptable 2025

Âge	CDI	CDD	Total	% Indéterminé
<25	226	188	414	55 %
25-35	352	98	450	78 %
36-55	573	43	616	93 %
>55	23	2	25	92 %
Total	1 174	331	1 505	78 %

Par type de contrat et catégorie professionnelle

Exercice comptable 2024

Catégorie professionnelle	Illimité	CDD	Total	% CDI
Directeurs	7	0	7	100 %
Managers intermédiaires	132	0	132	100 %
Employés	997	256	1 253	80 %
Total	1 136	256	1 392	82 %

Exercice comptable 2025

Catégorie professionnelle	Illimité	CDD	Total	% Indéfini
Directeurs	6	0	6	100 %
Managers intermédiaires	133	0	133	100 %
Employés	1 035	331	1 366	76 %
Total	1 174	331	1 505	78 %

Nombre de licenciements par sexe, âge et catégorie professionnelle

Par groupe d'âge et par sexe

Exercice comptable 2024

Âge	Hommes	Femmes	Total
<25	0	0	0
25-35	0	5	5
36-55	3	14	17
>55	0	2	2
Total	3	21	24

Exercice comptable 2025

Âge	Hommes	Femmes	Total
<25	0	3	3
25-35	3	10	13
36-55	5	11	16
>55	1	0	1
Total	9	24	33

Par catégorie professionnelle et par sexe

Exercice comptable 2024

Catégorie professionnelle	Total
Directeurs	0
Managers intermédiaires	6
Employés	18
Total	24

Exercice comptable 2025

Catégorie professionnelle	Total
Directeurs	1
Managers intermédiaires	11
Employés	21
Total	33

La stratégie de Kiabi Espagne consiste à positionner les salaires et les avantages autour de la médiane du marché. Notre référence repose à la fois sur le marché général, qui constitue un point de comparaison pertinent compte tenu de la stabilité de son évolution, en particulier pour les services centraux, et sur le marché de la distribution, utile pour mesurer la compétitivité des rémunérations par rapport à la concurrence directe au sein des équipes en magasin. S'agissant des conditions de travail, l'objectif est de se situer au-dessus de la moyenne des entreprises du secteur.

KIABI Espagne dispose d'un package de rémunération comprenant une rémunération fixe, une rémunération variable ainsi que des avantages. Au-delà de notre culture et de nos valeurs d'entreprise, nous offrons également des opportunités de formation et de développement ainsi

qu'un environnement de travail agréable. L'ensemble s'inscrit dans une approche globale de la rémunération. L'expérience collaborateur, dimension moins tangible mais particulièrement valorisée par les collaborateurs, détermine dans une large mesure l'attachement à l'entreprise et recouvre des aspects variés tels que :

- Culture et valeurs
- Reconnaissance
- Égalité-Diversité-Inclusion
- Conciliation entre vie professionnelle et vie familiale
- Communication ouverte, publication des postes à pourvoir
- Enquêtes de climat social et d'expérience collaborateur
- Outils de travail
- Responsabilité sociétale des entreprises
- Espaces de travail confortables
- Environnement de travail international

Santé et sécurité

KIABI ESPAGNE KSCE a réalisé le premier audit de suivi de la certification ISO 45001 pour son système de management de la santé et de la sécurité au travail. Cette certification, fondée sur des standards internationaux, promeut des pratiques sûres sur les lieux de travail et contribue à la réduction des risques professionnels. Ces avancées bénéficient non seulement à l'entreprise elle-même, mais contribuent également au bien-être de ses collaborateurs et renforcent la confiance de ses clients dans sa capacité à répondre aux plus hauts standards d'excellence.

Parmi les bénéfices associés figurent également l'amélioration de l'image de marque de l'entreprise, la facilitation de la conformité réglementaire, le renforcement de la confiance des salariés, une plus grande implication en matière de santé et de sécurité au travail, ainsi que la réduction de l'accidentalité. Par ailleurs, au cours de l'année 2024, les audits réglementaires en matière de prévention ont été réalisés et ont donné des résultats favorables.

En conclusion, la certification ISO 45001 obtenue par KIABI, ainsi que

ses certifications complémentaires, reflètent son engagement en faveur de la sécurité, de la qualité et de la protection de l'environnement. KIABI a ainsi intégré l'ensemble de ses systèmes de management dans une approche globale, formalisée à travers sa politique qualité, environnement et SST (santé et sécurité au travail).

En matière d'accidentalité, 26 accidents avec arrêt ont été enregistrés en 2025 (contre 28 accidents avec arrêt en 2024). Le taux d'incidence en temps de travail (défini comme le rapport, en pourcentage, entre les accidents du travail avec arrêt survenus pendant le temps de travail – hors rechutes – et l'effectif) s'établit à 1,22 %, soit un niveau inférieur au taux d'incidence des accidents du travail avec arrêt en temps de travail enregistré en 2025 pour le secteur CNAE 47.

Source : Annuaire statistique du ministère du Travail et de l'Économie sociale, correspondant à la division d'activité selon la CNAE-2009 pour les salariés. Les données relatives au nombre d'accidents du travail avec arrêt, ventilées par sexe, sont présentées ci-après :

Sexe	2024	2025
Hommes	2	5
Femmes	26	21
Total	28	26

Relations sociales

Kiabi Espagne est couverte par sa propre convention collective d'entreprise, applicable à 100 % de ses collaborateurs ; ainsi, à fin 2025, le pourcentage de collaborateurs couverts par la convention s'élevait à 100 %. En janvier 2023, la nouvelle convention collective de Kiabi Espagne a été signée ; elle renvoie, pour certaines matières sociales, à la convention collective des grands magasins.

Kiabi Espagne dispose d'un comité intercentres composé de représentants des partenaires sociaux et de l'entreprise. Au travers de réunions régulières et de mécanismes de négociation collective, le dialogue est maintenu avec les représentants des salariés. À cet égard,

les accords de maintien de l'emploi, l'accord relatif au positionnement du temps de travail et l'accord sur le droit à la déconnexion numérique constituent des exemples de ce canal d'information.

Par ailleurs, Kiabi Espagne dispose également d'un Comité de sécurité et de santé, organe paritaire et collégial de participation chargé de la consultation régulière et périodique sur les actions nécessaires en matière de prévention des risques. Les comités de sécurité et de santé ont pour mission de défendre les intérêts des collaborateurs en matière de prévention des risques professionnels.

Enfin, Kiabi Espagne veille au respect des objectifs en matière d'égalité inscrits dans son Plan pour l'égalité, en maintenant un canal de communication régulier permettant notamment l'application 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 relatif à la prévention et au traitement des situations de harcèlement moral et sexuel. Cet accord définit les types de harcèlement (articles 57 et 58) ainsi que la procédure à suivre (article 59), conformément aux recommandations législatives. Au cours de l'année 2024, deux signalements ont été traités et ont donné lieu à l'ouverture de l'enquête correspondante, conformément aux dispositions du Protocole de prévention et d'intervention en cas de harcèlement au travail en vigueur dans l'entreprise.

Formation

La politique de formation de l'entreprise répond aux besoins identifiés par l'entreprise ainsi qu'à ceux exprimés par les collaborateurs dans le cadre de leurs processus d'évaluation de la performance. Le catalogue de formation est accessible à l'ensemble des salariés. L'intégralité des formations se déroule pendant le temps de travail. Les personnes amenées à passer des examens peuvent s'y inscrire via une application interne d'affectation.

La stratégie de formation de l'entreprise repose sur le modèle d'apprentissage 70/20/10. 70 % des apprentissages sont acquis par la

formation en situation de travail, 20 % au contact des autres (par exemple au travers d'expériences de tutorat) et 10 % par la formation formelle. Le nombre total d'heures de formation par sexe est présenté ci-après :

Sexe	Heures 2024	Heures 2025
Femmes	27 611	27
Hommes	5 432	5
Total	33 043	33 185

Égalité

En tant que détecteurs de talents, nous sommes fiers d'offrir l'égalité des chances et nous nous engageons à recruter les meilleurs talents, indépendamment de leur origine, de leur sexe, de leur âge ou de toute autre capacité.

Kiabi Espagne poursuit ses plans de suivi et d'action conformément à la Loi organique 3/2007 du 22 mars et applique, tant dans l'interprétation que dans la mise en œuvre de sa convention collective actuellement en vigueur, le principe d'égalité et de non-discrimination pour des motifs personnels consacré par l'article 14 de la Constitution et par l'article 17.1 du Statut des travailleurs, ainsi que, surtout, le principe d'égalité effective entre les femmes et les hommes développé à partir de la Loi 3/2007 du 22 mars.

Ces dispositions constituent une référence interprétative essentielle de ladite convention collective. Par ailleurs, Kiabi Espagne dispose d'un plan pour l'égalité entre les femmes et les hommes, qui formalise l'engagement de l'entreprise sur les points suivants :

1. Sélection.
2. Recrutement du personnel.
3. Promotion.
4. Formation.
5. Rémunération.

- 6. Conciliation.
- 7. Santé au travail.
- 8. Prévention du harcèlement sexuel et/ou fondé sur le genre, ainsi que des violences de genre.
- 9. Communication et sensibilisation.

Dans ce contexte, et dans la continuité de la démarche engagée, le 2^e Plan pour l'égalité de Kiabi Espagne a été signé le 14 septembre 2022.

Nombre total de personnes en situation de handicap	17
% de personnes en situation de handicap	1,13 %
Effectif actif au 31/12/2025	1 505

Rémunération moyenne par catégorie, tranche d'âge et sexe (2025)

	Nombre de collaborateurs	Rémunérations totales	Rémunération moyenne
Dirigeants Hommes	4,00	512477,46	128119,37
Cadres intermédiaires Hommes	44,31	2 053 240,57	46 337,04
Employés Hommes	66,94	1 589 749,14	23 749,93
Dirigeantes Femmes	2,00	268 022,51	134 011,26
Cadres intermédiaires Femmes	85,79	3 310 348,19	38 587,54
Employées Femmes	648,72	14 874 283,50	22 928,59
Total Rémunération Hommes	115,25	4 155 467,17	36 056,74
Total Rémunération Femmes	736,51	18 452 654,20	25 054,18

	Nombre de collaborateurs	Rémunérations totales	Rémunération moyenne
Dirigeants Hommes	-	-	-
Dirigeants Hommes	-	-	-
Dirigeants Hommes 36-55	4,00	512 477,46	128 119,37
Dirigeants Hommes >55	-	-	-
Cadres intermédiaires Hommes	-	-	-
Cadres intermédiaires Hommes 25-35	11,21	414 574,25	36 992,44
Cadres intermédiaires Hommes 36-55	31,47	1 535 828,56	48 807,59
Cadres intermédiaires Hommes >55	1,64	102 837,76	62 859,27
Employés Hommes	11,73	296 814,00	25 305,99
Employés Hommes 25-35	29,17	702 590,66	24 089,37
Employés Hommes 36-55	24,37	560 421,22	22 995,41
Employés Hommes >55	1,67	29 923,26	17 907,40
Dirigeantes Femmes	-	-	-
Dirigeantes Femmes 25-35	-	-	-
Dirigeantes Femmes 36-55	2,00	268 022,51	134 011,26
Dirigeantes Femmes >55	-	-	-

Cadres intermédiaires Femmes	0,37	8 901,79	23 929,54
Cadres intermédiaires Femmes 25-35	28,69	999 433,92	34 839,26
Cadres intermédiaires Femmes 36-55	56,73	2 302 012,48	40 579,83
Cadres intermédiaires Femmes >55	-	-	-
Employées Femmes	110,53	2 628 307,60	23 778,70
Employées Femmes 25-35	217,99	5 071 495,81	23 264,70
Employées Femmes 36-55	305,33	6 832 465,97	22 377,02
Employées Femmes >55	14,86	342 014,12	23 009,56

Le calcul du nombre de collaborateurs a été effectué selon le critère du temps de travail annuel effectif (équivalent temps plein – ETP). Ces données n'incluent pas les collaborateurs qui fournissent des services pour d'autres pays.

Contacts presse

MCD_Motor Agence Mot Compte Double

Alexandra Breyné

abreyné@motcomptedouble.fr
06 30 81 90 17

France Thebault

fthebault@motcomptedouble.fr
06 78 65 93 34

5.

Annexes

Méthodologie & définitions

Préambule

S'agissant du processus de collecte et de consolidation des informations qui constituent cette déclaration de performance ESG, c'est la direction de la Performance extra-financière (PEF) qui centralise l'ensemble des informations qualitatives (i.e. le narratif) et quantitatives. La plupart des indicateurs sont calculés par les directions opérationnelles, à savoir principalement par la direction Transition environnementale et la direction des Ressources humaines.

Concernant les contrôles réalisés, cela dépend de la nature de la donnée en question, il peut s'agir par exemple de contrôles de cohérence au regard de l'année précédente ou d'un cadrage avec des données de gestion ou de comptabilité.

Les détails relatifs au périmètre et aux modalités d'organisation de cette déclaration de performance ESG sont précisés dans un protocole rédigé par la direction de la performance extra-financière de Kiabi intitulé « Reporting ESG annuel – modus operandi (version 1 au 31/12/2025) » et partagé avec les référents internes concernés. Les éléments clés de ce protocole, notamment les hypothèses et estimations, sont exposés dans la présente note méthodologique. Il est disponible sur demande écrite à l'adresse suivante : laetitia.lafourcade@kiabi.com

1. Contexte

Initialement concerné par la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), directive (UE) 2022/2464 du 14 décembre 2022, avant la promulgation de la loi n°2025-391 du 30 avril 2025 dite « DDADUE », le Groupe Kiabi ne sera finalement soumis à l'obligation de produire un état de durabilité qu'à partir de l'exercice débutant le 1er janvier 2027, soit en 2028.

Dans ce cadre, le groupe Kiabi a choisi de maintenir ses exigences antérieures et de publier volontairement une déclaration de performance ESG, établi au regard de son propre référentiel intitulé « Reporting ESG annuel – modus operandi (version 1 au 31/12/2025) » disponible sur

demande auprès du siège de Bunsha International. Les éléments clés de ce référentiel sont présentés ci-après.

Par ailleurs, le Groupe Kiabi prévoit d'incorporer progressivement les informations exigées par la CSRD dans sa déclaration de performance ESG E afin de le faire évoluer vers un état de durabilité conforme aux normes ESRS. Ainsi, pour l'exercice clos au 31 décembre 2025, les informations fournies ne constituent pas une information en matière de durabilité établie conformément à l'article articles L. 233-28-4 du code de commerce.

2. Période et périmètre du rapport

Période de reporting :

→ Les données sociales, sociétales et environnementales portent sur la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2025.

→ Les données relatives aux collections été et hiver de l'année de reporting N correspondent aux campagnes d'achats nécessaires à la constitution des collections été et hiver de l'année N.

À titre d'exemple, les informations portant sur les tonnages des matières utilisées pour les collections été et hiver 2025 correspondent aux campagnes d'achats réalisées en 2024 et 2025 pour constituer les collections été et hiver 2025 commercialisées entre 2024 (semaine 44) et 2026 (semaine 17).

La présente Déclaration de performance ESG 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.

3. Modèle d'affaires / Définitions

Parties prenantes : doit être compris comme les fournisseurs, sous-traitants, prestataires de services, clients, franchisés, affiliés, agents, associations et collaborateurs de Groupe Kiabi.

Collaborateurs : doit être compris comme l'ensemble des salariés du Groupe Kiabi, qu'ils soient en contrat à durée indéterminée ou déterminée, à temps partiel ou temps plein, ou encore mandataires sociaux (parfois repris comme « Kiabers »).

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

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

Fournisseurs marchands : personne physique ou morale co-contractant avec le groupe KIABI, intervenant dans le cadre de l'approvisionnement des produits aux sociétés du groupe lesquelles sont chargées directement ou par l'intermédiaire de leurs partenaires commerciaux de vendre les produits aux consommateurs finaux.

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

Équipes collections : ensemble des équipes qui travaillent à la conception des produits chez KIABI (directeurs/trices de collection, chefs de

marchés, chefs de produits, assistantes chefs de produits, stylistes, modelistes, infographistes, contrôleurs de gestion offre, ...)

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

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

4. Stratégie et gouvernance / Définition

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.

5. Environnement

5.1 Définitions

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, 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, de déversent dans le sol.

Bilan carbone : les scope 1-2-3 recouvrent : (source I Care by BearingPoint, adapted from GHG Protocol).

LES FIBRES TEXTILES

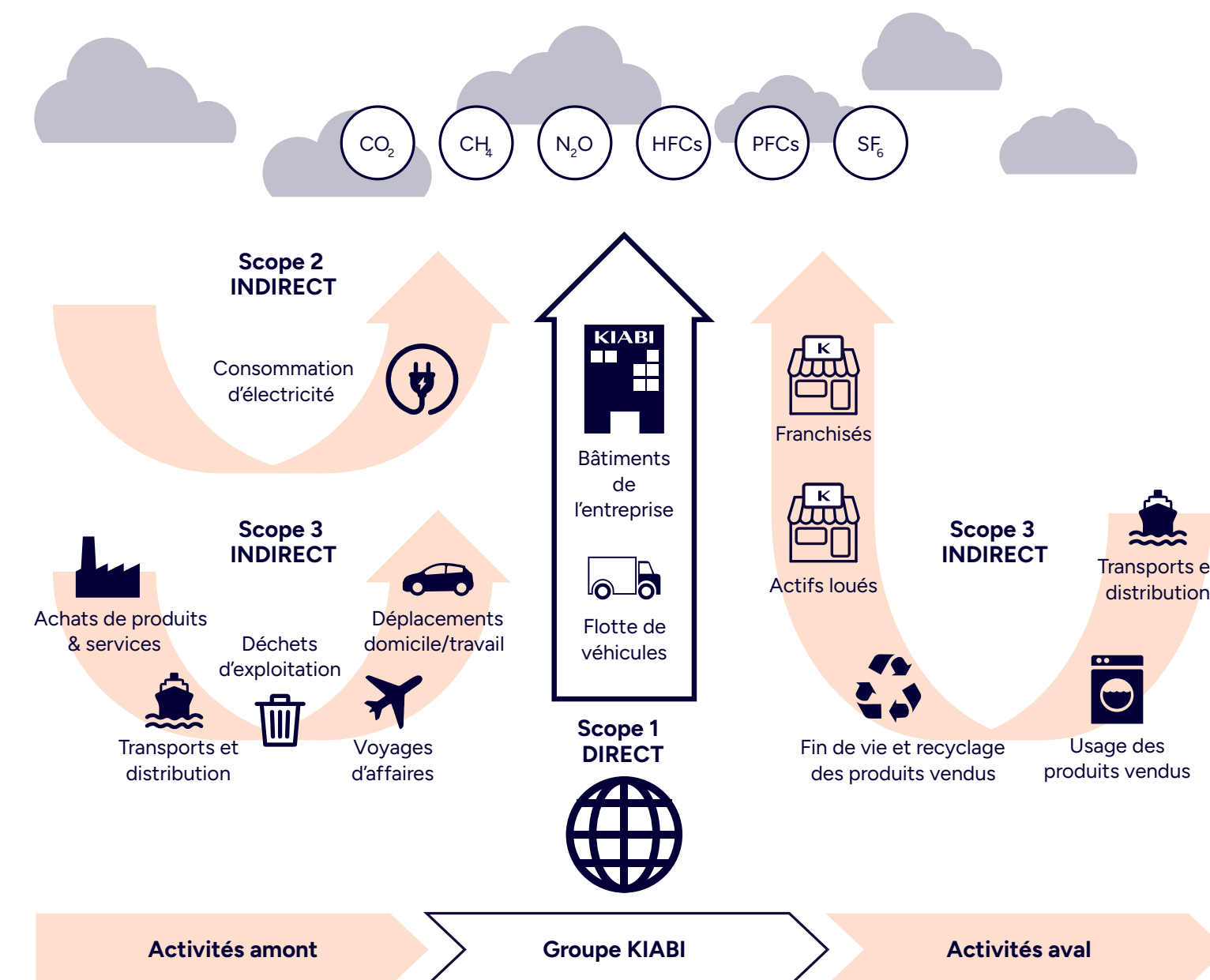
Fibre : matière brute issue de l'agriculture (végétale, animale), de la transformation de produits pétroliers (synthétique) ou de la transformation chimique de la cellulose du bois (artificielle).

Les fibres naturelles

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

- **Coton** : utilisé chez Kiabi

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



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

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

Logos : BASE Empreinte® et ecoinvent

producteurs une amélioration de leurs conditions de travail, leur santé et celle de leur entourage. La rotation des cultures dans l'agriculture biologique permet d'oxygéner la terre et d'en préserver la richesse. Coton BCI : Better Cotton Initiative est une organisation à but non lucratif qui promeut de meilleures normes dans la culture du coton. Coton USCTP : U.S. Cotton Trust Protocol est un programme volontaire de durabilité qui garantit une production plus responsable grâce à des objectifs mesurables et une meilleure transparence de la chaîne d'approvisionnement.

Coton en conversion : coton cultivé selon les standards biologiques mais qui n'est pas encore certifié, en effet une terre met au minimum 3 ans pour être purifiée des apports chimiques du passé, avant d'être certifiée terre biologique.

Coton recyclé : coton issu du recyclage de vêtements en coton ou de chutes de textile en coton. Après avoir découpé, broyé et défibré les tissus, ils reprennent leur état initial, celui de fibre de coton.

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

• **Lin, jute, chanvre** : utilisées chez Kiabi.

Les fibres animales ne sont pas reprises ici car pas utilisées chez Kiabi (excepté pour la laine à 0,26 % et le cuir à 0,07 % de notre utilisation matières).

Les fibres chimiques :

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

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

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

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

- Viscose : utilisée chez Kiabi.
- Lyocell, Tencel™, Eco Vero™ : utilisés chez Kiabi. Proviennent de forêts

gérées durablement, utilisant des solvants non toxiques dans la phase de transformation qui sont recyclés à hauteur de 97 %.

- Cupro : non utilisé chez Kiabi.

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

LES PROCÉDÉS DE FABRICATION

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

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

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

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

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

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

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

Réglementation européenne REACH : REACH est un règlement de l'Union Européenne adopté pour mieux protéger la santé humaine et

l'environnement contre les risques liés aux substances chimiques, tout en favorisant la compétitivité de l'industrie chimique de l'UE. Il promeut également des méthodes alternatives pour l'évaluation des dangers des substances afin de réduire le nombre d'essais sur les animaux.

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

ANALYSE DE CYCLE DE VIE (ACV) D'UN PRODUIT

L'analyse de cycle de vie est une **méthode d'évaluation normalisée** (ISO 14040 et ISO 14044) qui permet de réaliser le bilan environnemental d'un produit de l'extraction des matières premières nécessaires à sa fabrication jusqu'à sa fin de vie (mise en décharge, recyclage, ...), en passant par ses phases d'usage, d'entretien, et de transport.

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

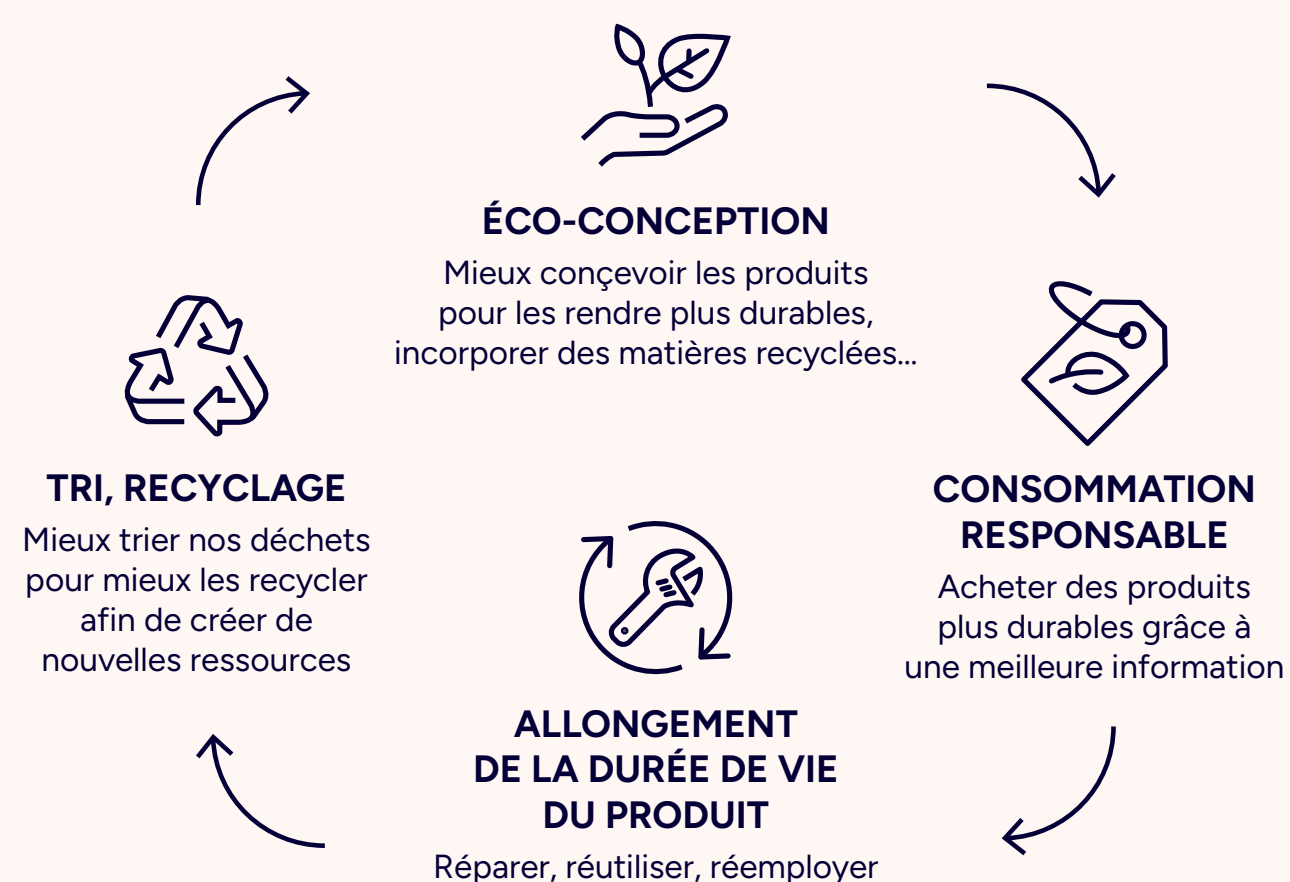
« **L'économie circulaire** consiste à produire des biens et des services de manière durable en limitant la consommation et le gaspillage des ressources et la production des déchets. Il s'agit de passer d'une société du tout jetable à un modèle économique circulaire. » (Ministère de la transition écologique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

LOGISTIQUE ET TRANSPORTS

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

Modèle de l'économie circulaire

Gestion durable des ressources
(extraction, exploitation raisonnée)



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

5.2 Indicateurs

INDICATEURS CARBONE

Émissions de carbone

Le calcul de notre empreinte carbone est réalisé selon la méthodologie du GHG Protocol, en s'appuyant majoritairement sur des données d'activité

réelles. À titre d'exemple, les produits achetés et vendus représentent près de 80 % de cette empreinte. L'utilisation de ces données précises, directement issues de notre activité, nous permet de limiter le recours aux données moyennes et ainsi de réduire significativement les incertitudes de calcul. L'incertitude liée à l'usage de facteurs d'émission moyens est d'autant plus limitée que le calcul est affiné en décomposant ces facteurs grâce à des données issues de notre propre chaîne de valeur.

Définition : mesure des émissions de gaz à effet de serre du groupe Bunsha International pour les scopes 1, 2 et 3 en valeur absolue calculées en teqCO_2 .

Périmètre : groupe Bunsha International (c-à-d activités retail de Kiabi dans le monde et sa foncière Etixia).

Principales hypothèses retenues en cas d'absence ou de données partielles :

→ Déchets, déplacements professionnels, et Scope 1 & 2 : En l'absence de données réelles remontées, celles-ci ont été extrapolées sur la base du nombre d'ETP et des données des années précédentes.

→ Logistique : Pour couvrir l'intégralité de nos flux, nous avons ajouté une marge de 3 % afin de prendre en compte les pièces réceptionnées directement sans passer par les circuits d'importation classiques.

→ Fabrication des produits achetés : L'impact carbone de la fabrication des produits comprend : l'impact des matières, l'impact des procédés industriels permettant d'aboutir au produit final, l'impact des chutes de production. Une suite de procédés industriels est attribuée à chaque produit en fonction du type de produit (textile tricoté, textile tissé, chaussures, accessoires etc.) et du type de matière (coton, polyester etc.). Les facteurs d'émission de chaque procédé sont affinés en fonction du pays de fabrication (mix électrique du pays) et des données usines (répartition de la consommation d'électricité vs autres énergies, part d'électricité renouvelable).

→ Utilisation des produits vendus : Pour estimer l'impact du lavage, du séchage et du repassage, nous utilisons les standards officiels européens

(méthode PEF), adaptés aux nomenclatures Kiabi. Cela nous permet d'appliquer les scénarios d'utilisation les plus réalistes.

→ Fin de vie des produits vendus : Pour savoir ce que deviennent les produits en fin de vie, nous nous appuyons sur les données de la Commission Européenne. Celles-ci nous indiquent comment les textiles sont traités (mise en décharge, incinération etc.) dans chaque pays où nous sommes présents.

→ Déplacements des visiteurs : Pour évaluer l'impact des déplacements de nos visiteurs, nous avons projeté des habitudes de transport (distances parcourues, mix modal - voiture, transports en commun, marche, etc.) par grande zone géographique (Europe/Amérique Latine et Asie/Afrique/Moyen-Orient) sur la base de l'enquête réalisée sur les clients des magasins succursales.

Évolutions méthodologiques :

En 2025, les évolutions méthodologiques et de périmètre suivantes ont été appliquées :

Sur la fabrication des produits :

- Ajout d'un nouveau degré de détail dans le mix matière pour valoriser les matières recyclées (élasthane recyclé, laine recyclée, viscose recyclée)
- Mise à jour de facteurs d'émission matières (coton USCTP, coton en conversion)
- Mise à jour des facteurs d'émission (FE) procédés :
 - Particularisation des FE électricité par pays
 - Intégration de données de taux d'électricité renouvelable par pays et par procédé (plus grande granularité)
 - Particularisation de la part d'électricité (vs autres énergies) dans le mix énergétique par pays et par procédé
- Ajout des émissions liées aux procédés de repassage sur tous les produits textile, et délavage sur les produits textile hors denim

Sur les achats non marchands :

- Mise à jour de la méthode de comptabilisation des montants d'achats

non-marchands

→ Mise à jour des facteurs d'émission monétaires

Sur les immobilisations :

→ Ajout des montants d'immobilisation Etixia (hors m² construits et rénovés)

→ Mise à jour des facteurs d'émission monétaires

Sur le transport aval :

→ Mise à jour des facteurs d'émission biocarburants

Sur les franchises :

→ Ajout des émissions associées aux magasins affiliés

Sur les déplacements clients et visiteurs :

→ Réalisation d'une nouvelle enquête visiteurs 2025 :

- Mise à jour des hypothèses de mix modaux, distances parcourues et nombre de magasins visités par déplacement

- Valorisation des déplacements réalisés en véhicule électrique et hybride (auparavant assimilés à des déplacements en véhicule thermique)

→ Ajout des déplacements des clients vers les points relais sur la base du nombre de commandes

→ Mise à jour des facteurs d'émissions

Ces évolutions méthodologiques ont eu lieu pour affiner l'empreinte carbone de Kiabi, l'objectif étant de retranscrire au mieux la réalité de l'activité. Le calcul de l'empreinte respecte toujours le standard du GHG Protocol.

% de réduction des émissions carbone scope 1/2/3 en valeur absolue depuis 2022

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

Formule de calcul : (Emissions carbone scope 1/2/3 en valeur absolue de l'année N) / (Emissions carbone scope 1/2/3 en valeur absolue de l'année

de référence 2022) -1

Principales hypothèses : (Cf hypothèses de la partie « Émissions de carbone » ci-dessus.) Les émissions carbone calculées en 2022 ne prennent pas en compte les évolutions méthodologiques et de périmètre présentées ci-dessus et utilisées pour le calcul des émissions carbone depuis 2025. Nous n'avons, à ce stade, pas connaissance de l'impact que cela a sur le pourcentage de réduction de -4,7 % affiché entre ces deux années.

Par ailleurs, des évolutions méthodologiques ayant pour objet d'affiner la quantification des émissions carbone du groupe ont été menées.

À méthodologie comparable (approche 2025 appliquée selon l'ancienne méthodologie ISO), les émissions carbone 2025 sont en diminution de 1,3 % par rapport à 2022. À titre informatif, l'application de la nouvelle méthodologie 2025 aux émissions carbone par rapport à 2022 (ancienne méthodologie) conduit à une variation non comparable de -4,7 %.

Émissions carbone scope 1/2/3 en intensité du chiffre d'affaires

Définition : Intensité carbone du chiffre d'affaires.

Formule de calcul intensité carbone du chiffre d'affaires : Émissions carbone scope 1/2/3 en valeur absolue de l'année N / Chiffre d'affaires total du groupe KIABI de l'année N.

INDICATEURS EAU

Consommation nette d'eau douce

Définition : La consommation nette d'eau douce quantifie le volume d'eau prélevée et non restituée au milieu aquatique par l'ensemble des activités de Kiabi et est reporté en m³.

Périmètre : groupe Bunsha International (c-à-d activités retail de KIABI dans le monde et sa foncière ETIXIA).

Hypothèses / estimations : Les données utilisées pour le bilan de consommation nette d'eau douce sont les mêmes données d'activités que celles du bilan carbone.

Les mises à jour appliquées sur cet indicateur sont les suivantes :

Sur la fabrication des produits :

→ Ajout d'un nouveau degré de détail dans le mix matière pour valoriser les matières recyclées (élasthane recyclé, laine recyclée, viscose recyclée)

→ Ajout des consommations liées au procédé de délavage sur les produits textile hors denim

Sur les déplacements clients et visiteurs :

→ Réalisation d'une nouvelle enquête visiteurs 2025 :

- Mise à jour des hypothèses de mix modaux, distances parcourues et nombre de magasins visités par déplacement

- Valorisation des déplacements réalisés en véhicule électrique et hybride (auparavant assimilés à des déplacements en véhicule thermique)

→ Ajout des déplacements des clients vers les points relais sur la base du nombre de commandes

INDICATEUR SOLS

Définition : L'indicateur sols mesure l'occupation des sols associée à l'activité de Kiabi à l'année donnée et sur l'ensemble de la chaîne de valeur. Elle est exprimée en m²/an.

Périmètre : Groupe Bunsha International (c-à-d activités retail de KIABI dans le monde et sa foncière ETIXIA).

Hypothèses / estimations : Les données utilisées pour le bilan de consommation nette d'eau douce sont les mêmes données d'activités que celles du bilan carbone.

Les mises à jour appliquées sur cet indicateur sont les suivantes :

Sur la fabrication des produits :

→ Ajout d'un nouveau degré de détail dans le mix matière pour valoriser les matières recyclées (élasthane recyclé, laine recyclée, viscose recyclée)

→ Ajout des consommations liées au procédé de délavage sur les produits textile hors denim

Sur les déplacements clients et visiteurs :

→ Réalisation d'une nouvelle enquête visiteurs 2025 :

- Mise à jour des hypothèses de mix modaux, distances parcourues et nombre de magasins visités par déplacement
 - Valorisation des déplacements réalisés en véhicule électrique et hybride (auparavant assimilés à des déplacements en véhicule thermique)
- Ajout des déplacements des clients vers les points relais sur la base du nombre de commandes

INDICATEUR SOLS

Définition : L'indicateur sols mesure l'occupation des sols associée à l'activité de Kiabi à l'année donnée et sur l'ensemble de la chaîne de valeur. Elle est exprimée en m².an.

Périmètre : Groupe Bunsha International (c-à-d activités retail de KIABI dans le monde et sa foncière ETIXIA).

Hypothèses / estimations : Les données utilisées pour le bilan de consommation nette d'eau douce sont les mêmes données d'activités que celles du bilan carbone.

Les mises à jour appliquées sur cet indicateur sont les suivantes :

Sur la fabrication des produits :

- Ajout d'un nouveau degré de détail dans le mix matière pour valoriser les matières recyclées (élasthanne recyclé, laine recyclée, viscose recyclée)
- Ajout des consommations liées au procédé de délavage sur les produits textile hors denim

Sur les déplacements clients et visiteurs :

→ Réalisation d'une nouvelle enquête visiteurs 2025 :

- Mise à jour des hypothèses de mix modaux, distances parcourues et nombre de magasins visités par déplacement
 - Prise en compte des déplacements réalisés en véhicule électrique et hybride (auparavant assimilés à des déplacements en véhicule thermique)
- Ajout des déplacements des clients vers les points relais sur la base du nombre de commandes

INDICATEURS D'ÉCO-CONCEPTION

(PRODUITS À IMPACT ENVIRONNEMENTAL RÉDUIT)

Périmètre pour tous les indicateurs :

→ Campagnes d'achat des collections ÉTÉ N et HIVER N

→ Quantités commandées

→ Lorsque différentes matières sont superposées, nous retenons dans notre analyse uniquement la matière de la couche supérieure

→ Exclusions : produits défectueux identifiés lors des contrôles qualité en usine, qui ne sont donc pas achetés par KIABI

Répartition des matières (en tonnages de produits finis achetés)

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

Périmètre :

→ Toutes les matières des produits achetés

→ Les chutes qu'elles soient en production de la matière ou en coupe ne sont pas comprises

Score effort matière

Définition : mesurer l'utilisation de matières à impact environnemental réduit et de matières recyclées dans le tonnage de produits finis achetés

Formules de calcul : (tonnage de produits finis achetés utilisant une matière principale à impact environnemental réduit x 40 % + tonnages de produits finis achetés utilisant une matière principale recyclée x 60 %) / total tonnages de produits finis achetés

Périmètre :

→ Toutes les matières des produits achetés (textiles, accessoires, chaussures)

→ Quantités et listes de produits issues des commandes des collections été 2025 + hiver 2025

Hypothèses / estimations :

→ Composition retenue correspondant à la couche du dessus du 1er élément référencé, pour la chaussure il s'agit de la composition de la

semelle

→ Poids retenu comprenant le poids du packaging du produit et pondéré par les commandes à la taille

→ Si poids manquant l'année N, reprise du poids de l'année N-1, et à défaut du poids moyen de la classe, du département, du marché, du groupe, ou du total société

→ Les chutes, qu'elles soient en production de la matière ou en coupe, ne sont pas comprises

INDICATEURS TRANSPORT

Répartition de nos modes de transport amont :

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

Répartition de nos modes de transport aval :

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

INDICATEURS CIRCULARITÉ

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

Définition : Part des quantités vendues en 2nd main (corners, site internet Beebs, Kidkanai) sur le total des quantités vendues du groupe.

Formule de calcul : total des quantités vendues en 2nd main (corners, site Internet Beebs, Kidkanai) / total des quantités vendues par le groupe que ce soit via nos magasins succursales, affiliés, franchisés, shop in shop ou via le digital (sites internet et market place), incluant les quantités vendues 2nd main (corners, site internet Beebs, Kidkanai)

Périmètre :

→ Corners 2nd main dans l'ensemble des pays

→ Site Internet Beebs

→ Kidkanai y compris les pièces vendues en braderie (C2C)

% de volume d'affaires moins impactant

Définition : Volume d'affaires moins impactant qui mesure notre capacité

à faire pivoter le modèle de Kiabi autour de nos 2 leviers clés de transformation environnementale :

- Le volume d'affaires généré par la seconde main
- Le volume d'affaires généré par nos services : « En Famille », personnalisation, retail media

Périmètre : chiffres d'affaires réalisés durant l'année de reporting toutes collections confondues que ce soit via nos magasins succursales, affiliés, franchisés, via nos plateformes digitales (site web Kiabi, seconde main by Kiabi ou encore la market place)

→ volume d'affaires seconde main de nos corners, de Beebs et de notre concept store Kidkanai

→ volume d'affaires provenant de notre programme de fidélité « En Famille », de la personnalisation et de nos activités de retail media

6. Social & Sociétal

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

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

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

L'audit social est une évaluation de la conformité sociale des usines dont le résultat, sous forme de rapport d'audit incluant un score, permet de connaître la performance sociale des fournisseurs.

Il inclut une visite d'usine (non annoncée), des vérifications de documents en remontant aux preuves justificatives sur base d'échantillonnage, des entretiens avec les ouvriers... Les thèmes des audits sociaux sont la sécurité des bâtiments, le juste paiement des heures travaillées, le non travail forcé...

INDICATEURS SOCIAUX

Effectifs au 31/12/N

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

Différence entre un contrat temps plein / temps partiel : un temps partiel est défini dès lors que le Kiaber travaille moins que la durée légale du pays. Par exemple, pour la France c'est une base 35h, au Portugal c'est 40h.

% de collaborateurs actionnaires

Définition : Part des collaborateurs actionnaires sur l'ensemble des collaborateurs des pays éligibles à l'actionariat

Formule de calcul : Nombre de collaborateurs en CDI actionnaires au 31/12 de l'année N de reporting / Nombre de collaborateurs en CDI de + X mois d'ancienneté au 31/12 de l'année N de reporting (X pouvant varier selon les pays)

GPTW® Trust Index

Le Trust Index™ de Great Place to Work® est une enquête anonyme réalisée auprès de tous les salariés en contrat avec l'entreprise, fondée sur 5 dimensions (crédibilité, respect, équité, fierté et convivialité) qui permet de déterminer ce qui définit une expérience collaborateurs de qualité. Le Trust Index™ constitue la base du programme de la certification Great Place to Work® en association avec le dossier de Culture Brief™.

Turnover

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

Périmètre : uniquement les CDI

- Nous entendons par départs : nb de personnes ayant quitté l'une de nos entités au cours de l'année. Les départs au 31/12 ne sont pas pris en compte comme départs sur l'année N mais bien sur l'année N+1.
- Nous entendons par embauche : nb de personnes embauchées au cours de l'année en CDI. Chaque contrat compte pour une unité qu'il soit à temps plein ou à temps partiel.

- Les départs / embauches ne comprennent pas les changements de type de contrat et les mutations de société à l'intérieur du pays.

INDICATEURS DIVERSITÉ

% de collaborateurs en situation de handicap

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

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

Périmètre : CDI, CDD (surcroît d'activité, remplacement) et alternants. Tous pays Kiabi.

% de femmes dans le TOP 100

Définition : Le TOP 100 est constitué à partir de l'ensemble des personnes faisant partie des « Colead » de Kiabi. Les Colead, ou comités leaders, correspondent plus classiquement aux comités de direction de l'entreprise et rassemblent donc l'ensemble des dirigeants de Kiabi.

Formule de calcul : $\text{Nombre de femmes leaders dirigeantes} / \text{Nombre total de leaders dirigeants}$

Périmètre : tous pays

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

INDICATEURS GESTION DES COMPÉTENCES

Nombre heures de formation

Définition : Nombre d'heures de formation réalisées (sur base des participants) par les collaborateurs Kiabi sur l'année N. Seuls les employés ayant signé la feuille d'émargement sont pris en compte.

Pour les formations E-learning : suivi effectué au temps de connexion réel (ne dépassant pas 150 % des heures théoriques) + avec « mention achevée » de la formation (via une évaluation à la fin de la formation).

Exclusion des heures réalisées sur N-1 pour les formations terminées en N.

- Formations internes ou externes à l'organisation, qualifiantes ou non avec distinction des formations non obligatoires considérées comme développement de compétences.

- Formations « non obligatoires » considérées : l'ensemble des formations quel que soit le format physique, digital ou hybride, en lien avec le développement des compétences des collaborateurs (c'est à dire l'ensemble de développement métiers et personnel/savoir-être) - hors formation obligatoire. Cela inclut les formations académiques, tutorat et mentorat.

Périmètre : CDD / CDI et alternants, stagiaires exclus. Tous pays Kiabi.

Part de collaborateurs de KIABI formés (hors formations obligatoires)

Formule de calcul : Nb de Kiabers formés ayant au moins eu une formation non obligatoire sur l'année N / Nb de matricules ayant été sous contrat au cours de l'année quelle que soit sa durée

Périmètre : CDI, CDD, alternants, stagiaires exclus. Tous pays Kiabi.

INDICATEURS INSERTION PROFESSIONNELLE

Nb d'entrées en insertion professionnelle

Définition : Nombre de personnes entrées dans un parcours d'Insertion par l'Activité Economique et/ou dans un autre parcours-programme d'inclusion professionnelle. Ces parcours permettent à des personnes éloignées de l'emploi de se (re)connecter au monde du travail et de l'entreprise, grâce à une entité tiers et compétente dont Kiabi est partenaire dans une dynamique de partage de compétences, de savoir-faire et de savoir-être. Cet indicateur est suivi en cumul depuis 2021.

INDICATEURS CONFORMITÉ SOCIALE

Sont exclus du scope d'audits de conformité sociale et environnementale sur 2025 :

- Les usines de rang 2 qui ne nous auraient pas été déclarées par nos fournisseurs de rang 1.

- L'ensemble de nos fournisseurs de Rang 3.

De manière générale, les fournisseurs sont répertoriés en fonction de la localisation du bureau d'achat qui les gère. Les usines, quant-à-elles, sont répertoriées sur base du pays de production. Les audits permettent de délivrer une note entre A et E sur base de l'évaluation de 10 thématiques.

Les notes sont calculées de la manière suivante :

A = $\geq 95\%$ ET pas de "zero tolerance violation" ET aucun point critique ET $A \geq 6, C=0, D=0, E=0$

B = $\geq 90\%$ ET pas de "zero tolerance violation" ET aucun point critique ET $C < 3, D < 2, E=0$

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

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

E = $< 80\%$ ET/OU une "zero tolerance violation" ET/OU point "zero tolerance violation" critique > 2 ET/OU $E > 3$

% d'usines auditées et évaluées au regard de standards sociaux internationaux et réglementaires (notes A et B)

Définition : Part des usines de rangs 1 et 2 ayant obtenu la note A ou B lors de leur dernier audit social réalisé dans l'année.

Formule : nombre d'usines de rang 1 et 2 auditées sur le volet social et ayant obtenu la note de A ou B / nombre totales d'usines de rang 1 et 2

Périmètre :

→ Usines de rangs 1 et 2

→ Fournisseurs grand import uniquement (les importateurs ne sont pas pris en compte dans ce calcul)

% de nouvelles usines référencées et évaluées A, B ou C

Définition : part des nouvelles usines référencées (nouvellement référencées = créées dans le système) auditées au niveau social A, B ou C

Périmètre : Rang 1 uniquement

Formule : nombre de nouvelles usines de rang 1 auditées sur le volet social et ayant obtenu la note de A, B ou C / nombre totales de nouvelles usines de rang 1

% d'usines ayant obtenu la note E dont le niveau s'est amélioré ou dont la relation a cessé dans les 6 mois

Définition : Part des usines ayant obtenu la note E lors d'un audit social et ayant eu une meilleure note dans les 6 mois.

Périmètre : Uniquement pour les usines existantes de rang 1

Formule : nombre d'usines ayant obtenu la note E lors d'un audit social et ayant eu une meilleure note dans les 6 mois / nombre d'usines ayant obtenu la note E lors d'un audit social

INDICATEURS SATISFACTION ET SÉCURITÉ CLIENTS

Net Promoter Score (NPS)

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

Formule : plusieurs questions posées par sondage à nos clients sur l'expérience en magasins et 1 question commune « Recommanderiez-vous KIABI à votre entourage ? ». Les répondants doivent attribuer une note de 0 à 10 qui permet ensuite de segmenter votre base client en trois grandes catégories : les détracteurs (note de 0 à 6), les passifs (note de 7 ou 8), les promoteurs (note de 9 ou 10). $NPS = \% \text{ de promoteurs} - \% \text{ de détracteurs}$

Périmètre : le NPS est basé sur les répondants de tous les pays socles (France, Espagne, Portugal, Italie, Belgique) ainsi que des zones géographiques couvertes par l'entité juridique KID (Kiabi International Development).

Nous sondons deux parcours :

- Parcours magasin : via des questionnaires envoyés par mail après que le client ai réalisé un achat et via des QR codes présents en magasin ;
- Parcours web : le client peut répondre librement au questionnaire, une fois la commande passée, sur sa page de confirmation de commande et via un questionnaire qu'il reçoit par mail, une fois le colis livré, sur son expérience de livraison.

Taux de conformité cybersécurité « exposé » (indice Bitsight)

Définition : Calculé par l'agence de notation Bitsight: 18 points de contrôles répartis en 4 catégories sur l'ensemble de nos services IT exposés sur Internet. Pour chaque contrôle, est attribué un nombre de points, pour une note finale sur 820. L'indicateur est ensuite ramené en % pour plus de lisibilité.

Périmètre : toutes les applications et les services IT exposés sur Internet pour l'ensemble du groupe KIABI avec les pays. Il mesure notre conformité aux 18 points de contrôle Cybersécurité suivant :

- Compromised Systems (5 points de contrôle : Botnet Infections / Spam Propagation / Malware Servers / Unsolicited Communications / Potentially Exploited)
- Diligence (11 points de contrôle : SPF / DKIM / SSL Certificates / SSL Configurations / Open Ports / Web Application Headers / Patching

Cadence / Insecure Systems / Server Software / DNSSEC / Web Application Security)

- User Behavior (1 point de contrôle : File Sharing)
- Public Disclosures (1 point de contrôle : Security Incidents)

5.

Annexes

Rapport d'assurance

Bunsha International

Rapport d'assurance limitée de l'un des commissaires aux comptes portant sur une sélection d'informations ESG



Rapport d'assurance limitée de l'un des commissaires aux comptes portant sur une sélection d'informations ESG

A la Direction Générale de Bunsha International
4 A rue du Moulin de Lezennes
59260 Lezennes

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société, nous avons mené des travaux visant à formuler une conclusion d'assurance limitée sur une sélection d'informations consolidées ESG déterminées et établies volontairement par Bunsha International (ci-après « l'Entité »), au regard de son référentiel interne intitulé « Reporting ESG annuel – modus operandi (version 1 au 31/12/2025) » (ci-après le « Référentiel »), pour l'exercice clos le 31 décembre 2025 (ci-après les « Informations »), présentées ci-après et figurant dans la « Déclaration de performance ESG 2025 » (ci-après le « Rapport RSE ») :

- KPI 1 : Réduction des émissions carbone depuis 2022 (KtCO²eq)
- KPI 2 : Consommation nette d'eau douce
- KPI 3 : Score effort matière
- KPI 4 : Part des produits de seconde main dans l'ensemble des articles vendus par Kiabi
- KPI 5 : % volume d'affaires moins impactant
- KPI 6 : % de collaborateurs actionnaires
- KPI 7 : GPTW® Trust Index
- KPI 8 : % de femmes dans le Top 100
- KPI 9 : Part de collaborateurs de Kiabi formés (hors formations obligatoires)
- KPI 10 : Nombre d'entrées en insertion professionnelle
- KPI 11 : % d'usines auditées et évaluées au regard de standards sociaux internationaux et réglementaires (A+B)
- KPI 12 : Net Promoter Score (NPS)
- KPI 13 : Taux de conformité cybersécurité « exposé » (indice Bitsight).

Notre intervention ne porte pas sur les informations relatives aux périodes antérieures, ni sur toutes les informations présentées, dans le Rapport RSE, autres que celles objet de notre rapport.

Conclusion d'assurance limitée

Sur la base des travaux que nous avons mis en œuvre, tels que décrits dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que les Informations ont été établies, dans tous leurs aspects significatifs, conformément au Référentiel.

*PricewaterhouseCoopers Audit, SAS,
Bâtiment Shake 612 rue de la Chaude Rivière 59000 Lille
Téléphone : +33 (0)3 20 12 49 00*

Société d'expertise comptable inscrite au tableau de l'ordre de Paris - Ile de France. Société de commissariat aux comptes membre de la compagnie régionale de Versailles et du Centre. Société par Actions Simplifiée au capital de 2 510 460 €. Siège social : 63 rue de Villiers 92200 Neuilly-sur-Seine. RCS Nanterre 672 006 483. TVA n° FR 76 672 006 483. Siret 672 006 483 00362. Code APE 6920 Z. Bureaux : Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Metz, Nantes, Rennes, Rouen, Strasbourg, Toulouse, Montpellier.

Observation

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur le paragraphe « 1. Contexte » de la section « Méthodologie et définitions » figurant en annexe du Rapport RSE qui précise que les Informations ont été établies volontairement par Bunsha International selon le Référentiel et qu'à ce titre, elles ne constituent pas des informations en matière de durabilité établies conformément aux dispositions de l'article L. 233-28-4 du code de commerce, y compris aux ESRS.

Préparation des Informations

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les Informations permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité avec celles d'autres entités et au fil du temps.

Par conséquent, les Informations doivent être lues et comprises en se référant au Référentiel disponible sur demande auprès du siège de l'Entité, dont les éléments significatifs sont présentés dans la section « Méthodologie et définitions » en annexe du Rapport RSE.

Limites inhérentes à la préparation des Informations

Les Informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques et à la qualité des données externes utilisées. Certaines informations sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenus pour leur établissement.

En particulier, la quantification des gaz à effet de serre est soumise à une incertitude inhérente en raison des connaissances scientifiques incomplètes utilisées pour déterminer les facteurs d'émission et les valeurs nécessaires pour combiner les émissions de différents gaz.

Responsabilité de l'entité

Les Informations ont été établies sous la responsabilité de la Direction, et il lui appartient de :

- sélectionner ou établir des critères appropriés pour la préparation des Informations (*i.e.* le Référentiel) ;
- préparer les Informations en appliquant le Référentiel ; et
- concevoir, mettre en œuvre et maintenir un contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement des Informations, ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Responsabilité du commissaire aux comptes

Il nous appartient de :

- planifier et réaliser les travaux pour obtenir une assurance limitée sur le fait que les Informations ont été établies, dans tous leurs aspects significatifs, conformément au Référentiel et ne comportent pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs ;

- formuler une conclusion indépendante basée sur les travaux que nous avons mis en œuvre et les éléments que nous avons collectés ;
- communiquer notre conclusion à la Direction de l'entité.

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les Informations telles que préparées par la Direction, nous ne pouvons pas être impliqués dans la préparation desdites Informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Doctrine et Norme professionnelles appliquées

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes (CNCC) relative à cette intervention et à la norme internationale ISAE 3000 (révisée) *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* publiée par l'IAASB (International Auditing and Assurance Standards Board).

Ils ne constituent ni un audit ni un examen limité au sens des normes d'exercice professionnel (NEP) applicables en France. Ils ne constituent pas non plus une certification conformément aux lignes directrices de la Haute Autorité de l'Audit (H2A).

Indépendance et gestion de la qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues par le code de commerce, le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes ainsi que par le Code d'éthique de l'IESBA (*International Code of Ethics for Professional Accountants (including Independence Standards)*). Celui-ci repose sur le respect des principes fondamentaux d'intégrité, d'objectivité, de compétence et diligence professionnelles, de respect de la confidentialité et du comportement professionnel.

Par ailleurs, nous appliquons la norme *International Standard on Quality Management 1* qui requiert la conception, la mise en œuvre et le maintien d'un système de gestion de la qualité, comprenant des politiques et des procédures visant à assurer le respect des règles déontologiques, des normes professionnelles, des textes légaux et réglementaires applicables ainsi que de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes (CNCC) relative à cette intervention.

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux, décrits ci-après, en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les Informations. Dans le cadre de notre prestation d'assurance limitée et sur la base de notre jugement professionnel, nous avons :

- Pris connaissance de l'Entité, de son environnement y compris des éléments du contrôle interne pertinents pour la préparation des Informations ;
- Apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- Pris connaissance des procédures de contrôle interne mises en place par l'Entité visant à la conformité des Informations avec le Référentiel ;
- Apprécié si les méthodes utilisées par l'Entité pour établir les Informations sont appropriées au regard du Référentiel ;

- Vérifié que les Informations ont été déterminées sur l'ensemble du périmètre indiqué dans le Référentiel ;
- Pour les Informations soumises à nos travaux, nous avons :
 - Réalisé des tests de détail, sur la base de sondages ou d'autres moyens de sélection, consistant à vérifier la correcte application des méthodes de calcul et hypothèses décrites dans le Référentiel et à rapprocher les données sous-jacentes des pièces justificatives ;
 - Pour les estimations, par entretien avec la direction, nous avons pris connaissance de la méthode de calcul des données estimées. Nous avons apprécié le caractère approprié et la correcte application de cette méthode ainsi que le caractère approprié des sources d'informations utilisées ;
- Apprécié la cohérence d'ensemble des Informations par rapport à notre connaissance de l'Entité.

Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour formuler notre conclusion.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une assurance limitée sont moins étendues que celles requises pour une assurance raisonnable effectuée selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes ainsi que selon la norme internationale ISAE 3000 (révisée) ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Fait à Neuilly-sur-Seine, le 29 avril 2026

L'un des commissaires aux comptes
PricewaterhouseCoopers Audit



Nicolas Wilfart

→ Retrouvez la Déclaration de performance ESG KIABI 2025 dans sa version condensée



Contact Performance ESG KIABI

Laetitia Lafourcade - laetitia.lafourcade@kiabi.com

Conception éditoriale

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

Conception graphique

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



kiabi.com