

# KIABI

Dossier de Presse

# 2024



# ÉDITO



« L'année écoulée a été un véritable défi pour l'industrie textile, marquée par une inflation galopante, des préoccupations croissantes envers l'environnement et l'essor de la fast fashion. Face à ces changements, la mode se réinvente tandis que de nouvelles habitudes de consommation émergent.

Chez KIABI, après une belle année 2023 de résistance dans un contexte de consommation morose, et conscients de ces nouveaux défis, nous faisons preuve d'agilité pour construire le KIABI de demain

et continuer à offrir aux familles une mode à petits prix, de qualité et toujours plus responsable.

Notre démarche Vision 2035 guide nos actions, nos priorités et nos décisions en ce sens. Cette ligne d'horizon optimiste, positive, innovante, singulière, transformante nous donne du souffle pour bâtir ensemble le « KIABI du futur ».

Notre ambition pour 2024 ? Devenir partout dans le monde la marque de mode responsable et accessible préférée des familles. »

**Patrick Stassi, DG de KIABI**

23

Millions de clients  
dans le monde



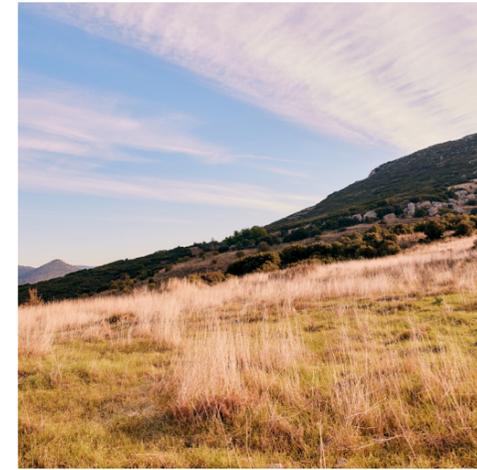
2,2

Mds de CA en 2023  
+1% vs 2022



606

points de contacts



10 000

Kiabers



64

points de contacts  
physiques et digitaux  
ouverts en 2023



26

pays



# En route pour 2035 : Du retailer à la marque de mode responsable et accessible

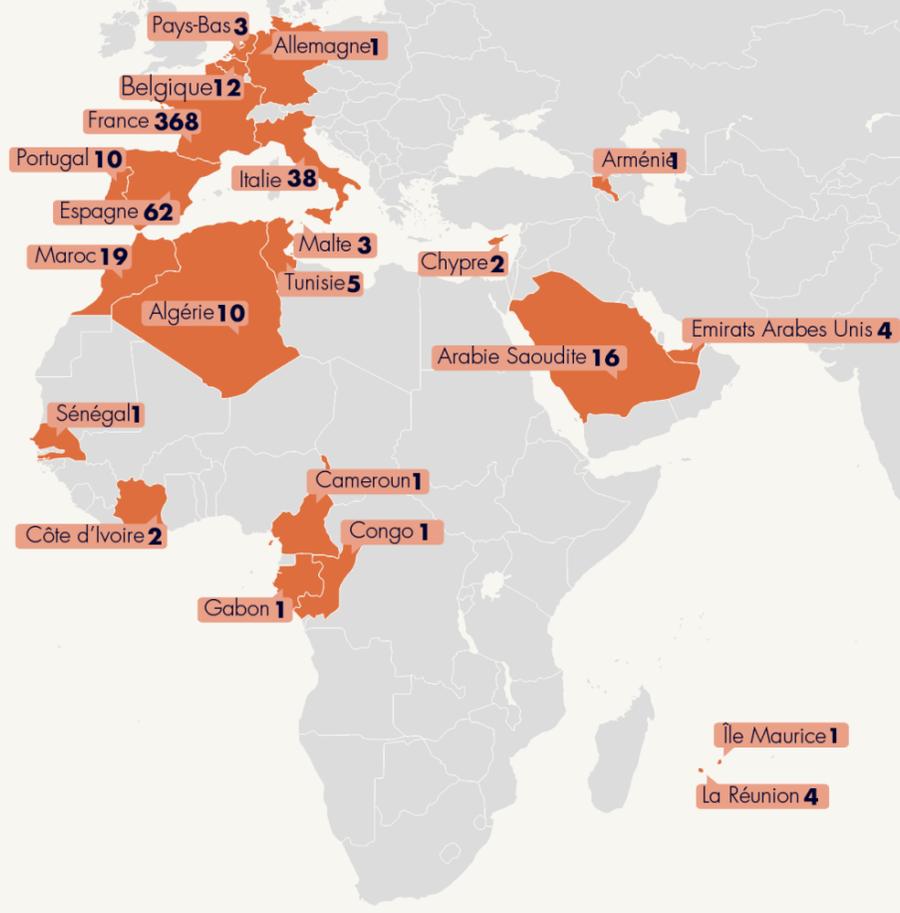
Depuis 1978, nous agissons pour les familles avec une promesse historique qui demeure encore aujourd'hui inchangée : offrir « la mode à petit prix ». Un engagement dont nous sommes fiers et qui permet à tous de se vêtir au quotidien malgré la conjoncture difficile du marché de l'habillement.

C'est la raison pour laquelle, nous nous sommes donné un défi : celui de nous transformer, un challenge qui servira les familles du monde entier.

Nous avons ainsi établi une vision à horizon 2035 pour nous guider vers des pratiques plus vertueuses et responsables ET toujours au service des familles.

Parce que notre ambition est de devenir le compagnon de vie des familles tout au long de leur vie, nous continuerons d'en faire toujours plus pour elles en allant plus loin que nos fonctions de retailers et en devenant la marque de mode durable et accessible préférée des familles.

606 points de contact  
dans 26 pays



# Nos enjeux 2024

Accentuer notre singularité de marque des familles

Enchanter l'expérience omnicanale

Renforcer notre engagement social et sociétal

Poursuivre notre développement international





# Le pouvoir d'achat et la durabilité : KIABI révolutionne l'univers de la mode !

## La durabilité au cœur du modèle

La durabilité à petits prix est au cœur même du modèle KIABI. De la conception à l'approvisionnement, nous sommes profondément engagés dans une approche en repensant chaque étape du processus pour minimiser notre impact sur l'environnement et toujours proposer aux familles une offre petits prix.



## 1. Des produits plus durables

Chez KIABI, nous travaillons à intégrer de plus en plus de matières premières plus durables dans nos collections jusqu'à atteindre 100% de fibres durables à horizon 2025. Pour atteindre cet objectif, nous travaillons sur les 5 étapes de vie du produit :

### Étape 1

#### La matière brute

Nous privilégions l'utilisation de mono-matière dans la conception des produits pour faciliter leur recyclage ! Une manière de promouvoir l'économie circulaire tout en minimisant notre empreinte écologique. De plus, nous investissons de manière significative dans le développement de matériaux durables. Depuis plusieurs années, nous avons fait le choix de privilégier l'utilisation de matières durables dans la conception de nos collections : lin, chanvre... Au-delà d'être tendances et résistantes, ces fibres sont plus respectueuses de notre planète.

### Étape 3

#### Le packaging et transport

Une politique zéro emballage, zéro aérien. Côté emballage, la majorité de nos produits sont déjà livrés pliés et sans emballage produit individuel. Et depuis 2020, tous nos emballages et packagings sont progressivement réétudiés pour proposer des alternatives en plastique recyclé ou en carton. Côté transport, nous favorisons le bateau depuis nos fournisseurs, jusqu'à nos entrepôts en Europe (Lauwin-Planque et Barcelone), nos produits voyagent majoritairement en bateau. Pour les derniers kilomètres vers nos clients, ils sont transportés en camion. Nous travaillons aussi sur le transport du dernier kilomètre au travers de tests en vélo dans Paris Intra-Muros.

### Étape 5

#### La fin de vie

Lorsqu'il faut renouveler une pièce, nous sommes aussi aux côtés de nos clients. Pour simplifier la vie des familles, nous avons mis en place, depuis 2017, des bornes de recyclage dans nos magasins. En 2021, nous avons ainsi collecté, avec le Relais, 180 tonnes de textiles et chaussures, soit pour être recyclés, revendus dans nos corners seconde main, transformés en chiffons industriels ou encore valorisés en énergie.

### Étape 2

#### Le process de fabrication plus respectueux de l'environnement

Nous travaillons en étroite collaboration avec nos fournisseurs pour évoluer ensemble vers une production plus respectueuse en développant des process de fabrication plus responsables.

### Étape 4

#### L'utilisation par le client

Nous investissons de manière significative dans le développement de matériaux durables. Nous développons des produits désaisonnalisés pour accompagner nos clients tout au long de l'année. Et pour que nos clients gardent leurs pièces le plus longtemps possible, nous les sensibilisons et les accompagnons vers les bons gestes (par exemple, baisser la température de lavage à 30°C) et communiquons sur l'entretien de nos pièces pour maximiser leur durée de vie.

## 2. Des collections accessibles à tous

### L'inclusivité dans l'ADN de KIABI

La différence, c'est la normalité ! Lorsqu'on parle accessibilité chez KIABI, on parle prix et aussi inclusion.

### Parce que la mode ne s'arrête pas au 38 !

Depuis notre création, nous rendons la mode accessible à tous et multiplions les tailles, les idées et les solutions pour s'adapter à chacun. Nous adaptons les barèmes de tailles, la largeur des bretelles, les styles, et nous créons aussi certaines de nos collections avec nos clientes-créatrices pour ajuster les modèles à leurs besoins, envies et aux tendances.

Nous avons ainsi créé une collection pour tous les enfants, avec ou sans handicap, des vêtements faciles à

enfiler, comme des chemises avec des boutons sur les épaules et une ouverture plus large pour passer la tête. Mais aussi des vêtements sans coutures, qui permettent d'éviter les irritations chez les enfants sensibles. **Objectif : prendre soins de la vie des familles, en particulier de celles qui en ont le plus besoin.**

Une collection stylée et adaptée à prix mini conçue avec le cœur pour les petits et grands en situation de handicap : des looks tendance encore plus faciles à enfiler.

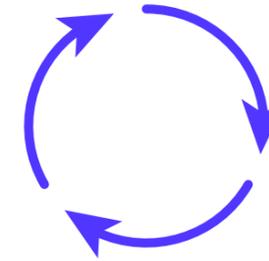
S ♥  
easy



### 3. Des services en faveur de la circularité

#### SECONDE MAIN by KIABI

Depuis 2020, KIABI déploie son offre seconde main dans ses magasins, sur son site et sur l'application Seconde Main by KIABI. Désormais, la circularité des produits se structure et se développe. Le site seconde main by KIABI se déploie également à l'international. Les produits sont issus de toutes marques, toujours à petits prix ! Et parce que nous souhaitons rester fidèle à nos engagements en faveur des familles, pour chaque kilo de vêtement acheté, un bon d'achat de 5€ est délivré.



#### La Kollect

Nous souhaitons que la collecte devienne un réflexe des familles. Ainsi, nous proposons dans tous nos magasins un service de collecte via des bacs de collecte à disposition de nos clients. De nombreux partenariats ont aussi été tissés avec des enseignants au sein des écoles afin de faire de la pédagogie autour de la circularité et du recyclage.

#### La personnalisation des produits

Pour ceux qui souhaitent redonner un « coup de peps » à une pièce fétiche ou tout simplement la rendre encore plus unique, nous proposons un service de personnalisation. Le client fait broder un mot ou une phrase de son choix sur une large gamme de produits personnalisables pour toute la

famille : sweats, polos, T-shirts, bavoirs, pyjamas bébés.... Il est possible de choisir parmi 4 polices et 14 couleurs pour s'exprimer ou offrir un cadeau original. Toutes les broderies sont réalisées en France, en fils certifiés Oeko tex. Service disponible sur [Kiabi.com](https://www.kiabi.com).

#### Kidkanai, le concept Store des 0-12 ans !

Avec Kidkanai, concept pilote innovant de la marque KIABI, notre ambition est de favoriser une consommation responsable en prolongeant la durée de vie des produits. Puériculture, jouets, livres ou prêt-à-porter, Kidkanai propose une offre complémentaire sur un segment spécifique avec tout ce dont un enfant a besoin de 0 à 12 ans,

en seconde main. Bien plus qu'une destination shopping, Kidkanai a été également pensé comme un espace de rencontres pour échanger avec d'autres parents autour d'un café, se détendre en famille ou participer à diverses activités.



## 4. Une logistique optimisée pour réduire l'empreinte carbone

Faciliter la vie des familles, pour nous chez KIABI, c'est bien plus qu'un simple objectif, c'est une mission que nous prenons à cœur ! Pour cela, nous devons faire en sorte que le bon produit arrive au bon moment au bon endroit et le tout en un claquement de doigt ! Et c'est là que la logistique KIABI entre en action et fait sa révolution

verte pour piloter la livraison dans les nombreux pays et points de contacts partout dans le monde. Mécanisation des entrepôts, utilisation de carburants alternatifs, transports plus respectueux, etc. Les équipes Supply s'investissent au quotidien pour en faire toujours plus pour les familles !

### KIABI x FRET 21

En 2021, KIABI a rejoint la démarche FRET 21 de l'ADEME (Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie) avec pour objectifs de réduire ses émissions carbonees liées au transport de ses produits au minimum de 5% sur 3 ans, soit 3 353 tonnes de CO<sub>2</sub>.

En 2022, KIABI a reçu le diplôme FRET 21 pour son engagement et ses actions dans la démarche de réduction de CO<sub>2</sub>. En 1 an, les émissions de CO<sub>2</sub> liées au transport ont été réduites de 10%.



## Derrière ce label FRET 21, des engagements concrets de la marque KIABI

### Optimiser le taux de chargement

L'utilisation de remorques de grande hauteur a permis d'ajouter 20% de contenants transportés par rapport à des remorques classiques et ainsi de limiter considérablement le nombre de véhicules sur les routes.

### Réduire la distance parcourue

Le développement de quatre plateformes régionales supplémentaires en charge de la distribution des flux vers les points de contact a drastiquement limité le nombre de kilomètres parcourus par les camions. Une économie de plus de 121 tonnes de CO2 par an a été possible grâce à ces projets. Ces initiatives assurent également aux points de contact des livraisons maîtrisées.

+ Des services de livraison  
toujours plus verts

En 2024, KIABI continue ce plan d'action pour poursuivre cette démarche de décarbonation du transport et plus largement aussi de son activité. Pour faciliter la vie des familles et continuer à réduire ses émissions carbone, KIABI développe une palette de services de livraison toujours plus rapide et green :

- Livraison du dernier kilomètre à vélo à Paris et en Ile-de-France.
- En click and collect.
- En point relais moins consommateur en CO2.
- En consignes 24/24, 7/7.
- Et demain un point relais chez son voisin !



# — Faciliter le quotidien des familles —

## 1. En repensant les magasins en véritable lieu de vie

### Une nouvelle vision de l'expérience client

Dans le cadre de notre vision d'en faire toujours plus pour les familles, nous avons entrepris une révolution dans l'univers du retail avec l'inauguration de 2 magasins pilotes ; l'un à Petite-Forêt dans le département Nord (59) de la France et l'autre en Espagne à Madrid dans le centre commercial Islazul.

Ce pas de côté a pour objectif de proposer aux familles une shopping expérience innovante. Au cœur de cette initiative se trouve une approche inédite centrée sur une nouvelle expérience client **Plaisir en magasin**. L'idée est de proposer une expérience

client et des services qui permettent de gagner du temps pour s'accorder des moments en famille ou entre amis : se prendre en photo, participer à des activités, vivre des moments d'échange via la communauté Jeunes parents, etc.

Ce projet est la concrétisation d'une année de réflexion des équipes KIABI, pour nourrir l'expérience retail de demain. Ces 2 magasins pilotes en France et à l'international vont nous permettre de recueillir l'avis de clients pour poursuivre notre engagement d'en « **faire toujours plus pour les familles** ».

### Des Shop in shop avec des formats adaptés et différents

Pour renforcer notre leadership dans les pays où nous sommes implantés et conquérir de nouveaux territoires, nous développons de nouveaux modèles commerciaux pour aller au contact des familles partout où elles se trouvent.

Depuis 2021, des corners de formats différents, en shop-in-shop, avec une offre adaptée aux besoins des familles sont implantés chez Cora en Belgique, Coop en Italie, et à fin 2023 presque 40 SIS dans des hypermarchés en France.

## « L'INNOVATION 2024 » Avec KIABI Village, place aux familles !

En faire toujours plus pour les familles, leur permettre de faire leur shopping de mode, d'avoir accès à des services utiles, de manger ou simplement passer du temps ensemble, c'est la raison d'être de ce village des familles. Il sera aussi le lieu de travail du millier de collaborateurs KIABI et etixia, la société immobilière de la marque. Ce nouvel ensemble immobilier inédit de 30 000 m<sup>2</sup> mêlera harmonieusement

travail et espaces de vie. Un village à la fois local et mondial qui vivra de coopération, de contribution responsable, de régénération, où les liens se tisseront naturellement. Ce bâtiment veillera à son empreinte environnementale notamment grâce à un toit végétalisé de plus de 2 000 m<sup>2</sup>, espaces verts sur une surface totale de 5 500 m<sup>2</sup>, un éclairage naturel dominant, etc.



## 2. En renforçant l'accessibilité via l'omnicanalité

Depuis toujours, nous innovons en faveur des familles. Et c'est pourquoi la marque développe sa proximité en s'adaptant à chaque territoire, urbain ou rural, via une implantation pensée non plus en magasin mais en « point de contact omnicanal ». Espace XL ou XS, en shopping center ou en centre-ville, en pied d'immeuble, ou encore sous forme de point de contact digital, nous voulons être accessible partout et par tous !

### KIABI.COM, le plus grand point de contact de KIABI

Nous nous appuyons depuis 20 ans sur notre e-shop, [www.kiabi.com](http://www.kiabi.com), le plus grand point de contact de la marque. Avec plus de 18 000 références, KIABI.com propose une offre élargie sur les segments stratégiques de l'enseigne comme le bébé, l'enfant et la grande taille. Toujours plus inclusif, notre e-shop est accessible à plus de 40 pathologies grâce à Facilit'i.

### KIABI.COM, l'e-shop qui en fait toujours plus pour les familles

En 2022, nous avons franchi une étape clé en lançant notre marketplace dédiée aux familles. Celle-ci renforce et élargit ainsi notre offre existante avec de nouvelles catégories comme la puériculture, le mobilier, la décoration, en priorité sur l'enfant/bébé. Cette marketplace sélective accueille des grandes marques nationales comme des créateurs locaux, des produits de niche et éthiques. Nous avons aujourd'hui plus de 120 vendeurs, et nous en intégrons des nouveaux en permanence. L'ambition : devenir la marketplace préférée des familles avec plus de 200 000 produits et 500 vendeurs d'ici 2025.



### KIABI Fashion Live : vers une omnicanalité poussée et locale avec le Live Shopping

Depuis 2020, nous avons lancé un nouveau canal de commerce, engageant et à forte valeur communautaire : le Live Shopping. Ces live inspirants plébiscités par les familles sont animés en France, mais aussi en Espagne, Belgique et Italie par des kiabers- influenceurs formés spécifiquement à cette nouvelle manière de conseiller et valoriser les collections.

### KIABI 4 Start-ups, le programme pour façonner l'avenir d'une mode circulaire

Construire et donner vie à la mode de demain, c'est tout l'objectif du nouveau programme d'innovation KIABI 4 Start-ups ! Ce programme est à destination des jeunes entreprises issues des univers de la mode, du digital et de la supply chain qui offrent des solutions innovantes pour une mode plus engagée et responsable. Déjà plus de 200 candidatures et 10 projets en cours.





# Toujours plus pour les familles : Plus que du commerce, une responsabilité sociale ancrée dans l'ADN KIABI



## 1. KIABI, une famille qui n'a pas de prix

Chez KIABI on en fait toujours plus pour les familles mais pas que... Parce qu'il est capital de veiller à ce que chaque Kiaber puisse s'épanouir et grandir à nos côtés pour construire main dans la main ce que sera le commerce de demain et servir toujours mieux les familles !

### Une famille de citoyens engagés

Depuis nos débuts nous plaçons l'humain au cœur de nos priorités, nous comptons aujourd'hui plus de 10 000 collaborateurs ainsi que différents partenaires, et tous à leur échelle, sont à la fois créateurs de valeur et acteurs de la performance. C'est pour cette raison que nous avons à cœur d'offrir à tous un environnement de travail où il fait bon vivre et où chacun peut trouver sa place.

Entreprise engagée pour l'inclusion et la diversité, KIABI participe au palmarès GPTW depuis plus de 10 ans. En 2023 100% de nos pays sont certifiés Great Place To Work pour la 2ème année consécutive. Et ce n'est pas tout... Nous sommes aussi Great Place To Work for Women, Europe et Monde, 1ère entreprise française depuis 10 ans parmi 25 entreprises, avec plus de 6,5 millions de personnes interviewées !



## Une marque à l'écoute des talents

Les magasins font aussi parler leur créativité et peuvent être acteur du changement. Différents projets ont vu le jour grâce à ces initiatives comme les heures calmes en magasin ou encore le lancement d'une démarche zéro waste... Pour aller plus loin et pour la première fois en 2023 un challenge

innovation a été lancé à destination de tous les collaborateurs pour recueillir leurs idées neuves. 100 collaborateurs ont ainsi participé et nous avons pu récolter 171 idées parmi lesquelles 3 ont été présélectionnées pour être étudiées.





## KIABI vu par les kiabers

### CRÉDIBILITÉ

Pour **87%**, le management gère l'entreprise de façon honnête et en respectant des règles éthiques

### RESPECT

Pour **76%**, le management invite les collaborateurs à donner des idées et suggestions et s'efforce d'en tenir compte

### FIERTÉ

Je suis fier (fière) de nos réalisations **(84%)**

### EQUITÉ

Les collaborateurs sont traités équitablement quel que soit leur âge **(82%)**, leur origine ethnique **(94%)**, leur genre **(94%)**, leur orientation sexuelle **(97%)**

### CONVIVIALITÉ

Je peux être moi-même **(79%)**

## Un soutien à nos partenaires au sein des pays de production

En 2024, nous souhaitons aller plus loin dans nos engagements en faveur du bien-être de nos partenaires, c'est pourquoi nous mettons en place des programmes sociaux s'articulant en 5 axes :

- La sécurité des travailleurs
- Les conditions de travail
- L'alimentation
- La santé
- L'éducation

## 2. KIABI, la marque aux initiatives engagées

### Les petits magasins un concept vertueux à grande ambition

Petits concepts aux grands cœurs, les Petits Magasins sont un projet à la fois social et sociétal. Ils proposent nos invendus à des familles qui disposent de peu de moyens afin qu'elles puissent s'habiller à moindre coût grâce à des réductions de l'ordre de 80%. La seconde particularité de ces concepts est qu'ils sont pilotés par des personnes en situation de transitions professionnelles gérées par des structures d'insertion afin de permettre un retour à l'emploi.

En 2024, nous avons prévu d'ouvrir 10 nouveaux « Le Petit Magasin ».

23 magasins solidaires

62 personnes en parcours de formation, plus de 3 000 heures de formations

Plus de 160 000 familles bénéficiaires

39 sorties dynamiques vers l'emploi (CDI, CDD, contrat intérim, formation qualifiante)

### Le GOOD FRIDAY l'opération dédiée à ceux qui en ont besoin

Dans le cadre du programme KIABI ACTS FOR A BETTER WORLD, nous avons réaffirmé en 2023 et pour la 4ème fois notre engagement envers toutes les familles du monde en renouvelant notre opération solidaire, le «GOOD FRIDAY» nous nous engageons ainsi à apporter du soutien à ceux qui en ont le plus besoin. Déployée dans tous les magasins KIABI en France et à l'international, ainsi que sur l'e-shop [www.Kiabi.com](http://www.Kiabi.com), cette initiative a permis de collecter des dons pour diverses associations, notamment SOS Villages d'Enfants en Belgique, l'Association portugaise Amigos com Cancro, Médecins Sans Frontières, Medici senza Frontiere en Italie, et Down España.



### La mode en rose pour Octobre Rose

Alors qu'un soutien-gorge post-opératoire peut parfois coûter jusqu'à plus d'une centaine d'euros, KIABI propose une collection à partir de 16€, spécialement conçue pour les femmes ayant subi une mastectomie.

Pour répondre au mieux à leurs attentes, quel que soit l'étape du traitement, KIABI ne cesse de faire évoluer cette gamme de produits techniques co-construite avec des collaboratrices et clientes atteintes par la maladie.



## À propos de KIABI :

Créée en 1978 dans le Nord de la France, KIABI révolutionne le prêt-à-porter en lançant un concept de mode à petits prix pour toutes les familles, offre jusqu'alors inédite. S'appuyant sur un réseau de **606 points de contact dans 26 pays**, KIABI réalise un chiffre d'affaires de 2,2 milliards d'euros (2023), +1%vs 2022. Parce que depuis sa

création, KIABI est au service des familles, la mode KIABI propose des collections responsables, désirables et accessible, dessinées en France par une équipe de 56 stylistes intégrés.

Enseigne préférée des familles, KIABI compte presque 10000 Kiabers de 83 nationalités.

## Contacts presse

Agence Marie-Antoinette  
Chloé Lapeyre & Tatiana Habchi  
06 07 40 41 48 – 06 51 95 25 88  
kiabi@marie-antoinette.fr