

LE BONHEUR VOUS VA SI BIEN

KIABI BELGIQUE, UNE HISTOIRE HAUTE EN COULEURS

Si l'histoire de Kiabi commence en 1978 dans le Nord de la France, avec une réelle révolution dans le secteur du prêt-à-porter, l'aventure de la marque en Belgique est elle aussi synonyme de succès.

L'ouverture du premier Kiabi de Belgique, le 20 octobre 2016, a rassemblé les foules : en quelques jours seulement, le magasin est devenu le plus fréquenté du centre commercial Docks : 25.000 visiteurs chez Kiabi en 4 jours, c'est une fréquentation extraordinaire pour l'inauguration de Docks, qui a accueilli 200.000 visiteurs sur la même période. En quatre jours, 1 visiteur sur 8 est donc passé par Kiabi !

Un an après, cette tendance ne fait que se confirmer.



LA BELGIQUE : LE PAYS DES RECORDS ET DES PREMIÈRES POUR KIABI

1. **C'est un record et du jamais vu dans l'histoire de la marque** : la Belgique est le seul pays (hormis la France) dans lequel Kiabi a ouvert **4 magasins au cours de la première année d'activités** : aucun autre territoire n'a connu un rythme aussi soutenu dans le développement international de la marque. Cette success story affirme clairement la volonté de Kiabi de s'établir à l'étranger.

Au fil des mois et des ouvertures, le nombre de visiteurs n'a cessé de croître. Après 12 mois d'activités dans 3 magasins, 1,5 million de personnes ont visité un Kiabi, comme en attestent les comptages effectués. 10% de la population belge a donc franchi les portes de l'enseigne !

La Belgique peut donc se targuer de figurer dans le peloton de tête des pays où la marque est la plus performante.

KIABI
la mode à petits prix

LE BONHEUR VOUS VA SI BIEN

2. **La Belgique, théâtre de la nouvelle plateforme de communication de Kiabi avec un nouveau slogan : « Le bonheur vous va si bien ».** Toutes les marques évoluent et se positionnent sur des valeurs qui leur sont propres. Près de 40 ans après son lancement, KIABI est plus que jamais un acteur majeur sur le marché de la distribution de vêtements, avec des positions dominantes sur certains segments (bébés, enfants) et des évolutions récentes de chiffre d'affaires encore significatives.

Cependant, le développement de concurrents directs d'envergure internationale, la prise en compte des nouveaux codes de la mode mondialisée, conduisent à faire évoluer sa plateforme de marque tout en conservant ces valeurs et cette identité.

L'attention se porte désormais sur la femme en clé d'entrée d'une famille, d'une tribu mais aussi et surtout pour elle-même avec ou sans enfant.

3. **La Belgique pionnière dans les projets pilotes : c'est une première pour Kiabi et ça se passe en Belgique :** dans chaque magasin, une personne dédiée à la satisfaction du client. Parce que le bonheur et la satisfaction font partie des priorités de la marque, chaque magasin dispose d'un « talent » qui a pour mission de contribuer à l'enchantement du client.

Après chaque passage en caisse, les personnes qui possèdent une carte de fidélité et qui ont accepté de recevoir un email ont la possibilité de s'exprimer : ils peuvent ainsi dire s'ils ont rencontré des difficultés particulières. Si c'est le cas, le « satisfaction manager » les contactera directement.

Ce projet pilote est donc actuellement mené en Belgique depuis quelques mois et sera implanté dans les autres pays si les résultats sont concluants.

KIABI DOCKS



OUVERTURE LE **20 OCTOBRE 2016**

1800 M²

25.000 VISITEURS LES
4 PREMIERS JOURS D'OUVERTURE

KIABI CHARLEROI



RIVE GAUCHE- OUVERTURE LE **9 MARS 2017**

1700 M²

6.000 VISITEURS
EN UNE MATINÉE

KIABI LIÈGE



MEDIACITÉ

OUVERTURE LE **15 JUIN 2017**

1800 M²

KIABI THE MINT



MAGASIN SITUÉ EN CENTRE VILLE

OUVERTURE LE **20 OCTOBRE 2017**

1700 M²

KIABI
la mode à petits prix

LE BONHEUR VOUS VA SI BIEN

4. **De 50% à 80% : c'est le taux de clients fidèles en Belgique** chez Kiabi, en fonction des magasins, l'un des plus élevés des pays européens.
5. **Des « talents Kiabi » devenus managers et co-leader** : l'illustration de la politique RH de la marque, qui repose sur une réelle responsabilisation des employés, à tous les niveaux. Plus que jamais, la possibilité est offerte à tous les Talents de s'exprimer et d'évoluer.

En Belgique, le « store manager » du magasin de Docks a débuté comme « Talent ». Il prend maintenant les commandes du tout nouveau magasin de The Mint et occupera bientôt une fonction stratégique au sein de l'organisation nationale de Kiabi.

Kiabi en Belgique c'est aussi 200 emplois créés, des magasins toute nouvelle génération, où la technologie joue un rôle central.

LES MAGASINS KIABI : LA TECHNOLOGIE AU SERVICE DU BONHEUR

Objectif : proposer une nouvelle expérience shopping, unique et toujours magique !

Rentrer dans un magasin Kiabi en Belgique, c'est donc faire une expérience à tous les niveaux : la mode bien sûr, mais aussi et surtout profiter de systèmes d'innovation qui ont intégré les dernières évolutions technologiques. Depuis 2014, le groupe a pris le virage « Big Data » qui permet à ses clients de réinventer l'expérience shopping en s'appuyant sur des services innovants :

- Recommandations de produits
- La e-réservation
- Les bornes tactiles permettant d'accéder à la totalité de l'offre Kiabi, de consulter le stock d'un magasin, de commander et choisir son mode de livraison
- Promotions sur mesure
- Prix ajustés en temps réel
- Accès à un nombre de références supérieur à celui présent en Magasin

Avec un modèle taillé pour l'international et une stratégie cross-canal sans couture, Kiabi accélère son développement. Le nouveau concept magasin "Kiabi 3" se déploie sur l'ensemble du parc et le web ne cesse d'innover pour conquérir de nouveaux clients. Pionnière du social shopping, la marque séduit chaque jour plus d'urbains en testant de nouveaux formats.

EXPERIENCE SHOPPING

“ Le digital n'a de sens que s'il facilite la vie de nos clientes et de nos collaborateurs. C'est notre réalité concrète avec l'explosion des exclusivités Web vendues également depuis le magasin, sur mobiles ou sur la borne. A noter également que la e-réservation, que nous avons déployée sur l'ensemble de nos magasins, est un vrai vecteur de croissance et de fréquence d'achat, avec plus de 30% des volumes Web passés et facturés en magasins : c'est dire si la digitalisation de notre modèle et le développement de services innovants sont stratégiques ! ”



CYRIL OLIVIER,
LEADER WEB
& MARKETING,
KIABI WORLDWIDE.

LE BONHEUR VOUS VA SI BIEN

Le choix du blanc comme couleur dominante permet aux produits d'exprimer leurs couleurs, les choix de matériaux et le soin particulier apporté à l'éclairage structurent l'espace et théâtralissent chaque univers. Il s'agit de créer les marqueurs forts de la marque KIABI pour plus de reconnaissance et de différenciation, mais également davantage de désirabilité.

Le concept se décline à Moscou, Barcelone, Milan, Lisbonne et bien sûr Bruxelles, sans oublier Charleroi ou Liège.

KIABI : YES WE ARE FASHION !



Si KIABI symbolise le prêt-à-porter à petit prix, pour toute la famille, la marque incarne aujourd'hui une mode fun, créative, résolument plus fashion sans pour autant se prendre au sérieux.

Une mode pour tous et surtout pour chacun, qui rime avec "plaisir" et "bonheur à porter" ! Imaginées par les stylistes "maison", les collections traduisent l'air du temps et s'inspirent des podiums.

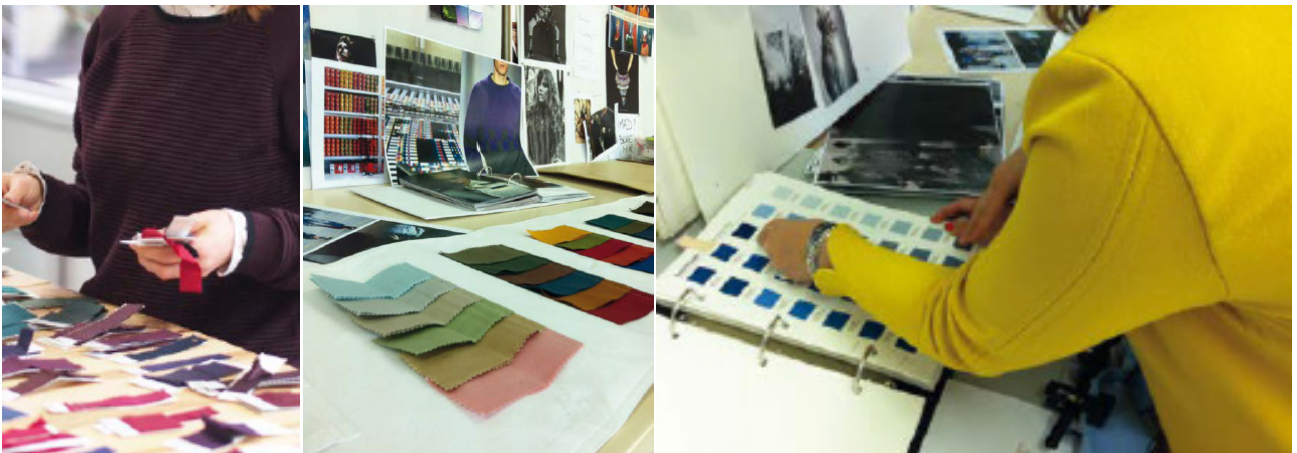
PLUS QU'UNE MODE, C'EST UN ÉTAT D'ESPRIT !

KIABI
la mode à petits prix

LE BONHEUR VOUS VA SI BIEN

Chez Kiabi, les "tendanciers" et les 56 stylistes maison partagent tous une même conviction : la mode est un jeu ! Et quoi de plus plaisant que d'en réinventer chaque jour les règles avec nos clients, en les invitant à s'en amuser pour mieux révéler leur personnalité ?

Si le style Kiabi a aujourd'hui le vent en poupe, c'est parce qu'il cultive cette complicité : proposer des basics funs et colorés à mixer avec des pièces mode, pétillantes, enrichies de la créativité Kiabi.



LA QUALITÉ KIABI BASÉE SUR DES CONTRÔLES SÉVÈRES

Via des tests en laboratoires externes et indépendants, le département assurance qualité vérifie que les produits répondent bien aux attentes des clients et ne présentent aucun risque pour la santé.

Une attention toute particulière est accordée aux collections bébé, un segment phare de l'offre Kiabi.

Depuis 2007, le règlement européen REACH oblige les entreprises à déclarer les substances chimiques qu'elles produisent ou importent pour la poursuite de leurs activités. Appliquant scrupuleusement cette législation, Kiabi a mis en place un plan de contrôle drastique pour garantir l'absence de substance dangereuse au sein de ses produits, comme les colorants azoïques ou les phtalates par exemple.

KIABI
la mode à petits prix

LE BONHEUR VOUS VA SI BIEN

20 FOURNISSEURS AU MOINS TRAVAILLENT AVEC KIABI DEPUIS + DE 15 ANS

L'obsession des petits prix va de pair avec l'intransigeance sur la qualité. Les équipes de créations affinent les cahiers de charges au millimètre près, les matières et process sont choisis avec le plus grand soin pour garantir une production optimisée, de qualité, respectueuse de l'humain, de la santé et de l'environnement.

Kiabi s'attache à développer des liens durables avec ses fournisseurs, considérés comme de véritables partenaires. Elle encadre ses relations par des règles éthiques strictes, correspondant aux standards internationalement reconnus, matérialisés dans son code de conduite et par sa politique "tolérance zéro". Objectif : continuer d'élever le niveau des exigences, surveiller et renforcer les standards Kiabi à travers le monde.



MOINS DE **1%** : TAUX DE RETOUR PRODUITS SUITE
À UN PROBLÈME DE QUALITÉ EXPRIMÉ PAR UN CLIENT



75% DES FOURNISSEURS TRAVAILLENT
AVEC KIABI DEPUIS PLUS DE 5 ANS



275 MILLIONS D'ARTICLES VENDUS PAR AN, LE DOUBLE D'ICI **5** ANS



7 ENTREPÔTS DANS LE MONDE



OBJECTIF À **5** ANS : LIVRAISON EN **48h**
ET VOLUMÉTRIE DE PIÈCES LIVRÉES **x 2**

CONTACT

Frédéric PELLISSIER - RCA Group
frederic.pellissier@rca.be
GSM : 0486 94 52 51

KIABI
la mode à petits prix