

EDITION 2017



KIABI TODAY



SOMMAIRE

04 > 05

SUCCESS STORY

06 > 07

WE ARE KIABI

08 > 15

HAPPINESS KEY TO BUSINESS

16 > 21

UP TO NEW IDEAS !

22 > 37

YES WE ARE FASHION !

38 > 47

KIABI NEW EXPERIENCE

48 > 51

FAVORITE LIKE NO OTHER

52 > 57

WHAT'S UP BACKSTAGE ?

58 > 61

FASHION PLANET BY KIABI

62

KEY CHANGES

KIABI
TODAY

SUCCESS STORY

En 1978 dans le Nord de la France, KIABI révolutionne le prêt-à-porter en inventant le premier concept de mode à petits prix pour toute la famille.

Aujourd'hui international, le groupe génère presque 2 milliards d'euros de chiffre d'affaires et affiche une croissance annuelle de près de 4,5%. Clé de sa performance : la culture du bonheur et de l'innovation !

Labellisée **Great Place to Work** pour la 4^{ème} année consécutive, Kiabi fédère **8 700** collaborateurs au cœur d'une stratégie de développement ambitieuse, fondée sur un modèle crosscanal de pointe. Fun, positives et colorées, les créations KIABI revendiquent leur french touch partout dans le monde.

1^{ère} enseigne d'habillement en notoriété spontanée et marque de mode préférée des Françaises, KIABI affiche aujourd'hui la plus importante communauté de fans sur les réseaux sociaux fédérée par une marque de prêt-à-porter française (plus de 4 Millions).

CHIFFRES-CLÉS

1978

1^{ER} CONCEPT DE MODE
À PETITS PRIX POUR
TOUTE LA FAMILLE



4,5%

DE CROISSANCE
EN 2016



22

MILLIONS
DE CLIENTS

1,8MD €

DE CA EN 2016



x 2

D'ICI 5 ANS

DONT **50%**
À L'INTERNATIONAL

KIABI TODAY



5

MILLIONS
DE VISITEURS
SUR KIABI.COM
COUVRANT

32

 PAYS

500

MAGASINS
DANS LE MONDE
COUVRANT

15

 PAYS

8 700

COLLABORATEURS
DANS LE MONDE
14 000 D'ICI 5 ANS.



275

MILLIONS DE PIÈCES
VENDUES DANS LE
MONDE PAR AN

**GREAT
PLACE
TO WORK**

KIABI **BEST PLACE
TO WORK** EN FRANCE, ESPAGNE,
ITALIE ET CHINE



WE ARE KIABI

« KIABI EST LA MARQUE DE MODE
QUI MONTE À L'INTERNATIONAL,
ELLE SE HISSE AUJOURD'HUI DANS
LE TOP 5 DES GRANDES MARQUES
FASHION EN SHOPPING CENTERS »



NICOLAS HENNON,
LEADER INTERNATIONAL
KIABI WORLDWIDE.

“ **E**nseigne Mode de l'année 2016, N°1 du prêt-à-porter en France, Prix de la Meilleure enseigne connectée 2016, Prix de la meilleure conversion/transformation commerciale en Espagne, labellisée Great Place To Work en Europe et en Chine... Kiabi multiplie les trophées et affirme sa nouvelle dimension: elle est LA marque de mode qui monte à l'international, et se hisse aujourd'hui dans le top 5 des grandes marques fashion en shopping centers.

Formidable reconnaissance du travail de nos 8 700 collaborateurs, acteurs-clés de notre transformation, ces réussites démontrent que notre « happy culture » interne, si singulière dans le milieu de la mode, rayonne sur nos clients et façonne notre attractivité croissante. Elles confortent également notre rêve collectif: offrir au monde du bonheur à porter en devenant la marque de mode préférée de nos clients, et l'entreprise préférée des collaborateurs.

Avec un modèle taillé pour l'international, Kiabi performe en enregistrant près de 4,5% de croissance sur un marché atone. Nous prévoyons de doubler notre chiffre d'affaires actuel (1,8 Milliard d'euros) d'ici 5 ans en accélérant notre croissance internationale. Notre stratégie est claire: renforcer nos positions en Europe via les grandes capitales dont Paris, poursuivre notre déploiement au Moyen-Orient et en Afrique Subsaharienne, puis conquérir, à partir de 2018, le Brésil, l'Inde et la Chine. Cette ambition va de pair avec un important plan de recrutement, visant 5 000 nouveaux collaborateurs d'ici 2021.

”

HAPPINESS

KEY TO BUSINESS

La clé de la success story Kiabi ?
Le bonheur, tout simplement. Utopie ?
Angélisme? N'en déplaise aux sceptiques,
cette énergie positive libère les talents,
autorise l'audace et génère des performances
historiques chez KIABI. Et si "Be happy"
devenait la meilleure formule d'économie ?





PRIORITÉ AU BONHEUR DES COLLABORATEURS !

“Chez Kiabi, la Happy Culture n’est pas une philosophie angélique ou une posture feinte dédiée au rapport “RSE”. C’est une réalité vécue, partagée, fructueuse mais aussi exigeante! L’intelligence collective issue de notre démarche “Vision” avec 100% des collaborateurs, la responsabilisation et l’autonomie de chaque collaborateur au quotidien, la confiance constituent notre premier capital. Déconnectés des modèles classiques et pyramidaux, nous partageons avec nos collaborateurs une même ambition : “Vivre un métier que nous aimons avec des personnes que nous aimons pour des clients que nous aimons”. Innover sans cesse dans notre management nous conduit à performer ensemble et être chaque jour davantage une Great Place to Work !”



MARIANNE MATON,
HAPPINESS TEAM



PRÈS DE **1 000**
PROJETS D’INNOVATION PROPOSÉS
PAR LES COLLABORATEURS



8 700
COLLABORATEURS
DANS LE MONDE



D’ENTRE EUX SONT FIERS
DE LEUR ENTREPRISE



GIABE **BEST PLACE
TO WORK** EN FRANCE,
ESPAGNE, ITALIE ET CHINE



500 À 800
RECRUTEMENTS PAR AN



5 000 COLLABORATEURS ENGAGÉS
DANS LA FONDATION GIABE



La créativité managériale est l’élément-clé de la stratégie de l’entreprise. Développement des compétences, projets motivants, management participatif, excellente ambiance de travail,... Kiabi est devenue officiellement une “Great Place to Work” en 2014, confortant ainsi les résultats des baromètres internes : plus de 80% de satisfaction et de fierté d’appartenance ! Une réalité et une labellisation aujourd’hui partagée avec Kiabi Espagne, Italie et Chine !

DE LA VISION À LA LIBÉRATION : EN AVANT **LES TALENTS !**

En 2009, tous les collaborateurs - des conseillers de vente aux chefs de marché en passant par les équipes merchandising ou logistique - ont co-construit la Vision Kiabi. Une démarche d'envergure, primée aux Trophées de l'Economie Responsable en juillet 2013, et reconduite en 2015, pour construire collectivement le Kiabi du futur. Précurseur du management 3.0, l'entreprise poursuit aujourd'hui sa transformation en plaçant la responsabilité, l'autonomie et le bonheur de ses salariés en priorité. Elle applique les principes de confiance partagée, de droit à l'erreur, de responsabilité collective, d'hybridation via la mixité des profils et d'aptitude au changement : chaque transformation est perçue comme une opportunité pour l'entreprise.

DES EXEMPLES CONCRETS ?

Chez Kiabi, le CODIR a disparu pour laisser place au COLEAD, affichant son nouveau rôle de leader libérateur au service de la transformation de l'entreprise. En magasin, le rôle de vendeuse s'est transformé : impliqués dans la montée en mode de l'offre Kiabi, les conseillers et conseillères de

mode prennent plaisir à révéler le look idéal de leurs clients, en fonction de leur personnalité et de leur morphologie. Les départements web et mode ont innové ensemble pour mettre au point de nouveaux produits intelligents, comme le premier pyjama connecté. En logistique, des préparatrices de commande ont créé un véritable show-room pour les partenaires et franchisés, dépassant largement la demande qui leur avait été soumise... Chaque jour, dans tous les métiers, tous les pays, de nouvelles initiatives prennent vie chez Kiabi.

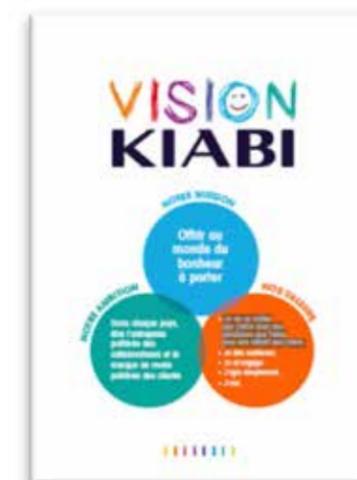


LET'S CELEBRATE OUR SUCCESS !

Un lancement d'année internationale avec plus de 1.000 collaborateurs venus des 4 coins du monde pour célébrer les bons résultats annuels. Un show disco avant la première réunion de travail pour saluer de nouvelles performances. Une métamorphose colorée des locaux, avec distribution de petits cadeaux pour partager ensemble la joie d'être une Best Place To Work... Chez Kiabi, on a la culture de la fête et le goût des autres. Grandes réussites et petites victoires se célèbrent et se partagent, à tous les étages !

DES COLLABORATEURS ACTIONNAIRES DE LEUR ENTREPRISE

Les collaborateurs sont au coeur de l'entreprise et ce n'est pas qu'une formule : 72% d'entre eux sont actionnaires de l'entreprise dont ils détiennent 5% du capital. Mis en place dès 1988, l'actionnariat salarié chez KIABI concerne la France, l'Espagne et progressivement tous les pays d'implantation de l'entreprise.



LA FONDATION KIABI : OSONS LE BONHEUR ENSEMBLE POUR UN MONDE EQUITABLE ET SOLIDAIRE

5 000 COLLABORATEURS SONT ENGAGÉS
DANS LA FONDATION KIABI.

Lancée en 2011, elle permet aujourd'hui à chaque collaborateur, en France et à l'International, de créer son propre projet ou de participer à une action en partenariat avec une association. Chacun peut s'impliquer et agir dans un projet qui lui tient à coeur. La fondation Kiabi agit en faveur des familles en situation de fragilité économique et sociale. Elle intervient notamment sur quatre domaines : éducation et insertion professionnelle - en organisant par exemple, des coaching mode avec des personnes en recherche d'emploi ; Santé - via la décoration et le réaménagement de salles de chimiothérapie de la clinique de Tourcoing, dans le cadre d'Octobre Rose ; Accès aux loisirs - en soutenant l'opération des vacances solidaires du Secours Populaire ; Lien entre les générations...



EN **5** ANS,
PLUS DE **5 000** COLLABORATEURS
ONT PARTICIPÉ À PRÈS DE 500 PROJETS

LOVE MY FASHION JOB

Kiabi travaille sa marque employeur et innove également pour recruter ! Lancée en mai 2013, la page FaceBook Love My Fashion Job parle "Mode'n'Job" en abordant des thèmes variés : parler emploi de façon plus fun, donner des conseils, des actus sur les métiers de la mode, partager des anecdotes sur "Kiabi Backstage", donner des idées looks, placer l'humain au centre... La passion de la mode se partage avec le plus grand nombre !



UP TO NEW IDEAS!

L'innovation est dans l'ADN de Kiabi, l'inventeur français du prêt-à-porter à petits prix. Aujourd'hui, c'est une véritable culture partagée et développée par tous les collaborateurs, grâce notamment à INNOVATION PLAY, la plateforme digitale interne dédiée à l'innovation collaborative ! Innover devient un jeu d'enfant auquel se prennent tous les collaborateurs, mais également les partenaires de l'entreprise, ses fournisseurs, ses clients, les universitaires... Mode, web, commerce de demain : ensemble, le champ des possible est sans limite, et tellement stimulant !





FLORE,
LA ROBE D'UNE VIE
QUI SÈME LE BONHEUR,
PROJET GAGNANT
D'INNOVATION PLAY

L'INNOVATION CHEZ KIABI ? UNE CULTURE, UN ÉTAT D'ESPRIT !



INNOVATION PLAY : FAIRE VIVRE LES IDÉES ET LES CONCRÉTISER !

Pas de département R&D chez Kiabi, l'innovation est bel et bien l'affaire de tous ! Dans la dynamique de libération de l'initiative des énergies, Kiabi lance "Innovation Play", une plateforme digitale, véritable outil transversal et international pour faire remonter les idées innovantes des 8 700 collaborateurs. L'objectif ? Intégrer les collaborateurs dans un vrai processus d'innovation et optimiser la transformation des idées en projets probants pour l'entreprise. Une manière inédite pour Kiabi de développer sa longueur d'avance et continuer à faire bouger les lignes de son marché.

 PRÈS DE **1 000**
IDÉES PRÉSENTÉES !

“ Innover chez Kiabi, c'est d'abord chercher à enchainer le client, en développant sa relation à la marque à travers des services et des produits uniques. C'est aussi une façon de faire grandir nos collaborateurs en encourageant la prise d'initiative et la culture intrapreneuriale. Nos deux partis-pris forts : **l'innovation participative** (tout le monde a la parole, celui qui exprime une idée devient le porteur de son projet), et **l'open innovation** (notre eco-système est ouvert à nos partenaires, à nos clients, mais aussi aux startups, au monde universitaire voire aux artistes). ”

JEAN-MICHEL GOSSELIN,
DELIVERY LEADER KIABI.

KIABI EN MODE **BIG DATA**

Pionnier du social shopping, Kiabi a investi ces dernières années dans un système d'innovation rapide, intégré les évolutions technologiques, et pris le virage Big Data dès 2014. Son objectif consiste à réinventer l'expérience shopping en proposant des services innovants: recommandations produits, promotions sur mesure, prix ajustés en temps réel, accès à un nombre de références supérieur à celui présent en magasin, ... Mais si le Big Data est le nouveau pilier de l'innovation, il se heurte à une réalité chez une majorité d'entreprises : personne ne sait tout faire. Marketing, gestion, statistiques, logistique, informatique... la solution ? Casser ce fonctionnement en "silo" et créer les conditions de la co-création.



Pour continuer à faire bouger les lignes de son marché, Kiabi a lancé en janvier 2016 son "Big Data Challenge" en partenariat avec l'Université de Lille 1. Pendant 3 mois, six équipes mixtes composées de collaborateurs Kiabi et d'étudiants Data Scientists du master Siad de Lille1 se sont mobilisées pour répondre à des questions exploratoires sur la connaissance clients. Leur mission : faire preuve de créativité en rendant intelligentes et "vivantes" toutes les données de la marque. A la clé, la co-construction d'un nouveau modèle retail basé sur "une expérience shopping "sur-mesure", profondément relationnelle, faite d'humain et d'émotion, sans frontière entre magasin et web".



Collab'
" **KIABI X LES LOUPS BLEUS** "

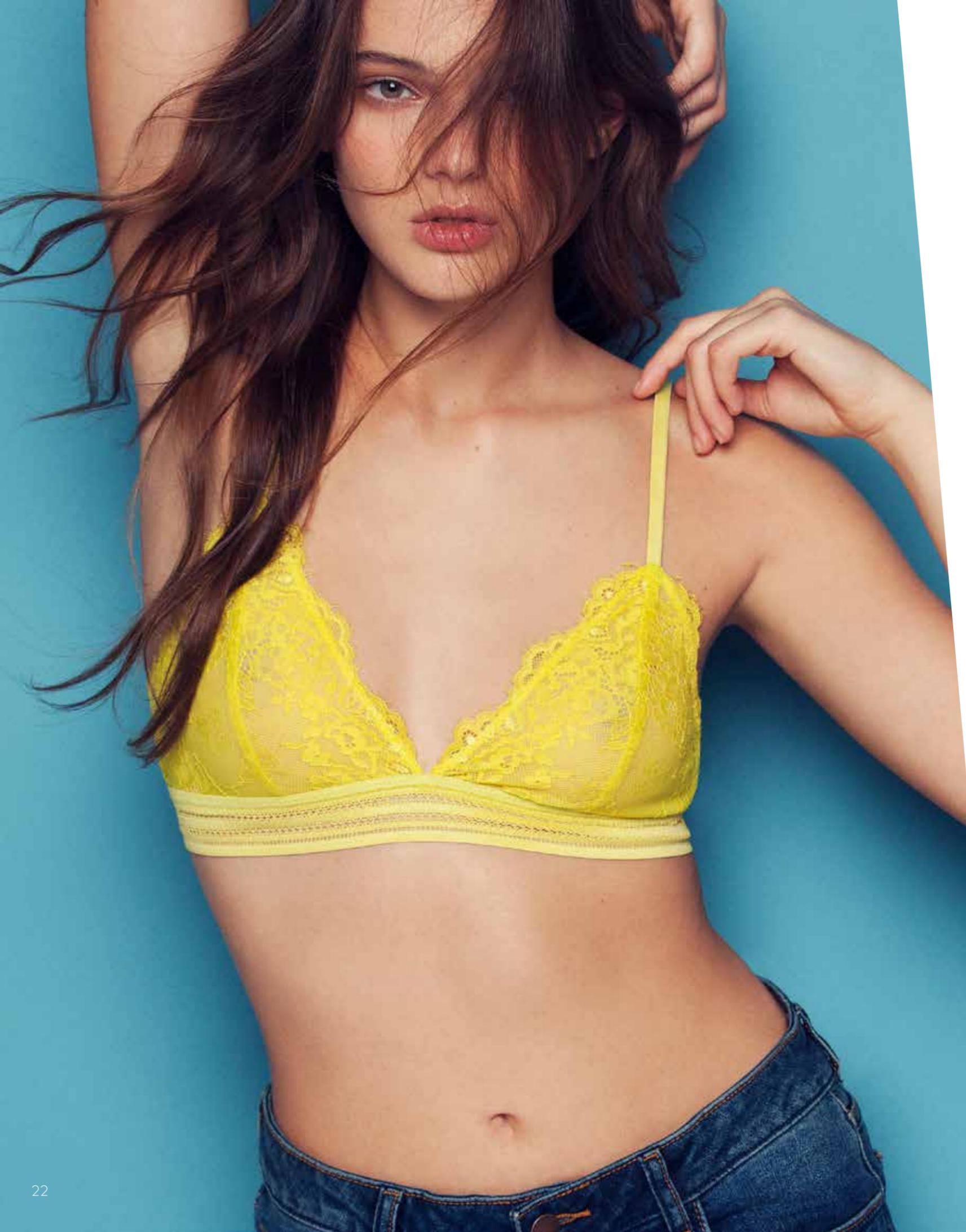
La 1ère collection 100%
tendance dédiée aux enfants
en situation de handicap.
15€€le t-shirt facile à enfiler

DE NOUVELLES
IDÉES QUI ONT
DE L'AVENIR !
FOCUS SUR
LES DERNIÈRES
INNOVATIONS
KIABI



LE BLOUSON
qui change
de couleur
selon la météo

Une innovation
"smart textile"
à tout petit prix.
15€



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. Enrichies de la "french touch" Kiabi, elles bousculent les codes : plus qu'une mode, c'est un état d'esprit !

Leader Artistique chez Kiabi, Alexandre Pesty a démarré sa carrière de styliste au sein du Groupe Naf-Naf, puis a rejoint l'équipe du bureau d'anticipation créative Carlin International à Paris. Il a poursuivi son expérience professionnelle, en tant que directeur artistique, dans une grande société de PAP & chaussures basée dans le Choletais. En 2012, il intègre Kiabi pour accompagner le virage "mode" de la marque et pousser ses partis pris stylistiques.



WE ARE FASHION !

PAR ALEXANDRE
PESTY, LEADER
ARTISTIQUE KIABI

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, en France comme à l'international, c'est parce qu'il cultive cette complicité : nous proposons des basics funs et colorés à mixer avec des pièces mode, pétillantes, enrichies de la créativité Kiabi.

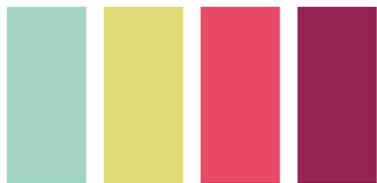
Comment interprète-t-on l'air du temps et l'actualité des défilés ? Quels sont nos partis pris dans la construction de nos collections, le choix des coloris, la sélection des matières pour relever le défi d'une mode de qualité à très petits prix ?

Bienvenue dans les coulisses de la mode Kiabi, pour partager ensemble bien plus qu'une mode : un état d'esprit !

UN LABORATOIRE DES TENDANCES
 INTÉGRÉ, LE TRENDS LAB,
 POUR AVOIR UN TEMPS D'AVANCE
 ET CULTIVER NOTRE DIFFÉRENCE

INSPIRE THE NEXT !

BIENVENUE AU CŒUR
 DU TRENDS LAB,
 LE LABORATOIRE
 DES TENDANCES
 BY KIABI



“Sa mission ? Celle d'un bureau de style “interne” qui détecte, formalise et communique les tendances de nos prochaines collections. Grâce à une équipe de stylistes qui travaillent spécifiquement pour le Trends Lab, nous sommes en recherche permanente de toutes les évolutions socio-mode, artistiques et des micro-phénomènes de mode qui seront des tendances de fond de demain. En 2017, nous pousserons nos partis-pris, notre réactivité et encore davantage notre curseur mode ! Objectif ? Faire de Kiabi un Destination Store pour tous, y compris pour les it-girls !

”

ALEXANDRE PESTY,
 LEADER ARTISTIQUE KIABI



3 700 PHOTOS (EN MOYENNE) PRISES LORS DE
 CHAQUE VOYAGE EXPLORATOIRE, QUI SERVIRONT DE BASE
 À LA DÉFINITION DE NOS PROCHAINES TENDANCES



3
 STYLISTES
 “TENDANCEURS”



2
 VOYAGES EXPLORATOIRES PAR AN
 DANS LES GRANDES CAPITALES DU MONDE
 (MILAN, LONDRES, NEW-YORK, TOKYO...)

IMMERSION DANS LES
COULISSES D'UNE MODE
100 % CONÇUE EN FRANCE

LA SIGNATURE **KIABI**

COMMENT PROPOSER
UNE MODE "FASHION" DE
QUALITÉ À PETITS PRIX ?
DÉCRYPTAGE
DE NOTRE "PRODUCT
ENGINEERING",
UN DÉFI QUOTIDIEN



56 STYLISTES "MAISON"
IMAGINENT UNE MODE
POUR TOUS, ET SURTOUT
POUR CHACUN !

UNE CRÉATION
EN MODE "OPEN"
ET CO-DESIGN



Inspirées des tendances captées par le Trends Lab et les défilés Fashion Week, les créations Kiabi sont toutes conçues en France, au siège du groupe, en éco-système ouvert : les stylistes Kiabi invitent les clients, les collaborateurs de la marque, les influenceurs et les créateurs "valeurs montantes" à co-designer des collections de must-have ou des capsules collector. à titre d'exemple : une ligne de maillots de bain et une robe de mariée innovante, fruits d'un concours d'innovation interne au groupe. Des robes de fêtes conçues avec 3 blogueuses mode européennes pour Noël dernier. Et tout récemment, une collection de mode adaptée aux enfants handicapés, imaginée avec la maison de création " Les Loups Bleus ".



56
STYLISTES
" MAISON "



7 MARCHÉS : HOMME,
FEMME, ENFANT, BÉBÉ,
MATERNITÉ, ACCESSOIRES
ET LINGERIE



3 000
DESSINS RÉALISÉS
PAR SAISON

LES 7 EMBLÉMATIQUES

DE LA MODE KIABI

Nous avons redéfini notre offre, qui mixe basiques et pièces fashion : plus cohérente, plus "mode", elle répond à toutes les attentes du quotidien, à tous les moments de vie, pour tous les membres de la famille.



MODE MORPHOLOGIQUE



CAPSULES " I WANT IT "



PRODUITS " BASTIONS "



LES IT " MOMENTS DE VIE "



LES FUN BASICS



LES INNOVATIONS



LES MUST-HAVE

LES COLLECTIONS KIABI

SOUS TOUTES LES COUTURES

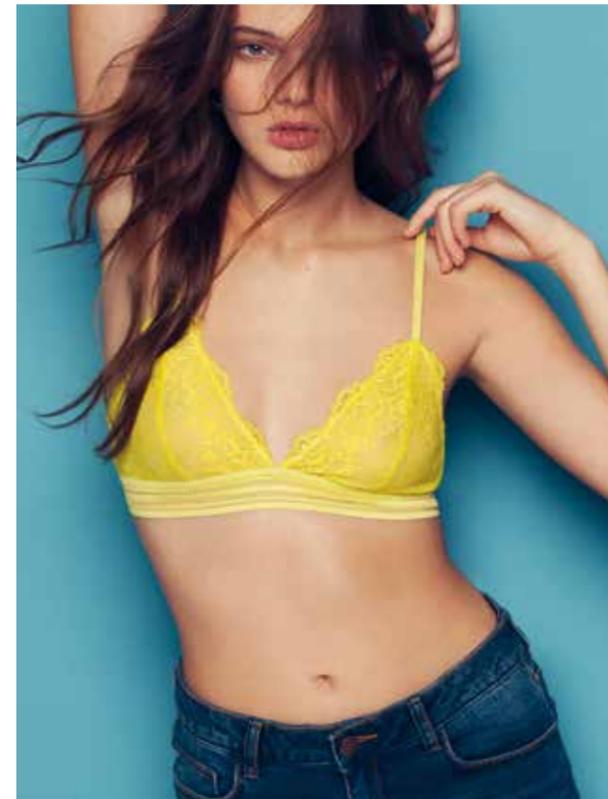
DES CAPSULES MODE POINTUES ET COLLECTOR : I WANT IT !

Comment être toujours stylée sans se ruiner ? Depuis mars 2016, Kiabi propose de nouvelles collections exclusives en édition limitée chaque 1er mercredi du mois. Inspirées des derniers défilés, ces looks pointus sont proposés à moins de 50€ : à shopper de toute urgence en magasins et sur Kiabi.com !





UNE MODE UNIQUE ET AGILE



En 4 ans, nous avons rationalisé notre offre : les références ont été réduites pour se concentrer sur l'essentiel et renforcer notre parti-pris stylistique. Une façon de faciliter le choix des clients, mais également le réassort en magasin et la logistique. Dans cette logique, nous avons rationalisé notre gamme couleurs en la ramenant à 80 tons au total. Tous les nouveaux modèles font l'objet d'essayages sur des mannequins vivants, tandis que les chaussures sont testées au moins 24 heures. La réactivité fait également partie des points forts de Kiabi.



CLICK & COLLECT ET
E-RÉSERVATION SUR LA
TOTALITÉ DES 500 MAGASINS
DANS LE MONDE



+
6 000
RÉFÉRENCES
PAR SAISON



6
COLLECTIONS
PAR AN



15
CAPSULES
"COLLECTOR"



+ **100**
NOUVEAUTÉS
CHAQUE SEMAINE
EN MAGASIN
ET SUR L'E-SHOP



80 TONS
(GAMME
DE COULEURS)



300 MILLIONS
DE PIÈCES VENDUES
DANS LE MONDE
EN 2016



UNE MODE SUR MESURE POUR LES
FASHION FAMILLES



KIABI

NEW EXPERIENCE

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, en France comme à l'étranger. Objectif : proposer une nouvelle expérience shopping, unique et toujours magique !





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.



500
MAGASINS
DANS LE MONDE
COUVRANT
15 PAYS

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

SURFACE DE VENTE
1 500 À
2 000 M²

+35%
DES VOLUMES
WEB RETIRÉS
EN MAGASIN

25 OUVERTURES
EN 2016 DONT
75%
HORS DE FRANCE



**KIABI 3,
NOUVEAU CONCEPT
MAGASIN POUR
UNE EXPÉRIENCE
SHOPPING INÉDITE**



Le concept magasin KIABI est en perpétuelle évolution, comme la mode! Sa nouvelle version "Kiabi 3" accompagne les clientes dans leur approche de la mode, avec la présence de mannequins et de visuels inspirants. Elle est également pensée pour toute la famille, avec un espace jeux dédié aux enfants, au cœur du magasin. Innovant à plusieurs titres, "Kiabi 3" est le fruit d'un travail approfondi sur la connectivité, la relation client et l'émotion. 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 théâtralisent 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.

Conçu pour les meilleurs spots commerciaux des plus grandes villes du monde, le concept Kiabi 3 a été déployé en 2016 à Moscou, Milan, Barcelone, Lisbonne et Bruxelles.

SHOPPING EXPERIENCE CONNECTÉE

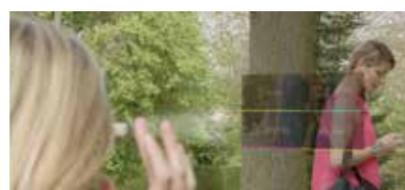
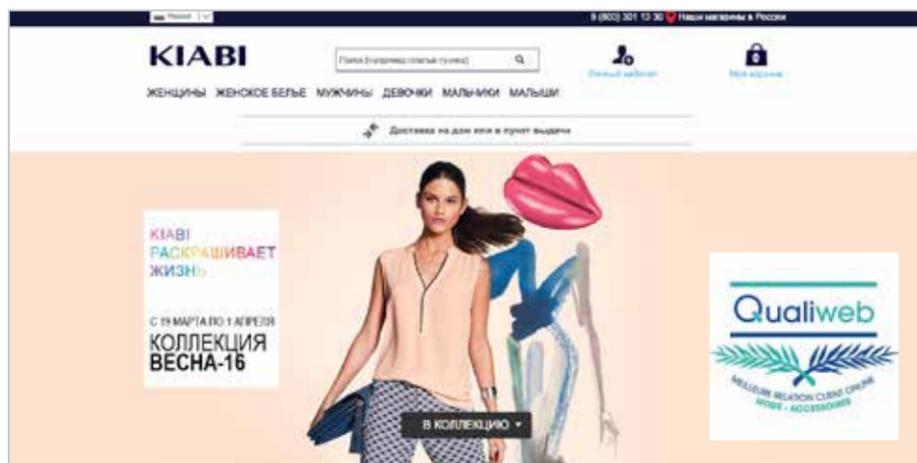
La e-réservation, les bornes tactiles permettant d'accéder à la totalité de l'offre Kiabi, de consulter le stock d'un magasin, de commander et choisir son mode de livraison, les conseillers de mode équipés de nouveaux terminaux de paiement portables pour éviter l'affluence en caisse... le nouveau magasin Kiabi est un modèle "d'hybride commerce". Modèle digitalisé, proposant une expérience avant-gardiste et toujours plus riche, KIABI développe en continu de nouveaux services web to store et web in store, via de nouveaux services et de nouveaux objets connectés... A l'étude actuellement: l'intégration d'ici 2025 du robot Pepper en assistant intelligent des conseillers de mode !



5 MILLIONS DE VISITEURS SUR KIABI.COM COUVRANT **32** PAYS

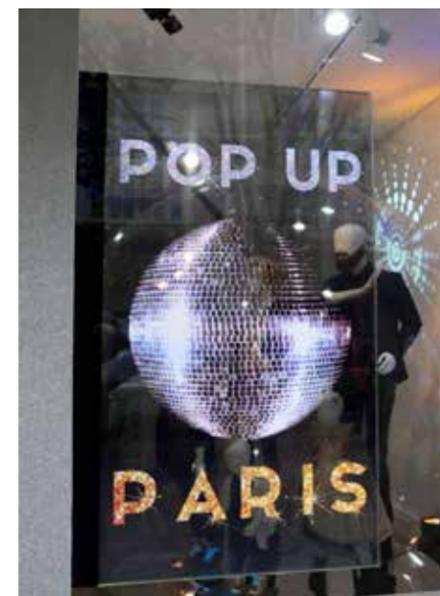
KIABI.COM DANS LE TOP 3 DES SITES D'ENSEIGNES DE MODE

(2^{ème} position derrière H&M et devant Zalando)



DES FORMATS ÉVÉNEMENTIELS POUR CONQUÉRIR LES URBAINS

L'expansion du réseau KIABI passe par l'international et par la conquête d'une clientèle plus urbaine. Kiabi teste depuis 2014 de nouveaux formats : "Kiabi Quartz" près de la Défense, le plus petit Kiabi de France ; Kiabi Kids pour les 0-16 ans à Angers, Rouen, O'Parinor et Euralille ; les pop-up KIABI pour créer l'événement au cœur des capitales et grandes métropoles, ainsi qu'un Surprising store sur la Croisette à Cannes lors du MAPIC pour séduire les foncières. A suivre !



Pop-up store éphémère
"Kiabi colore Paris"
au cœur du Marais
Novembre 2016

POP UP
KIABI COLORE
PARIS



“Nos concepts magasins font l’objet d’innovations et d’évolutions permanentes. Objectif: avoir toujours un coup d’avance! Nous travaillons les différents segments de notre offre dans un esprit “shop in shop”, pour gagner en séduction. Nous théâtralisons la couleur en misant sur des jeux de lumières sur fonds blancs, en mettant en scène des corners très mode, très inspirants. Nos nouveaux concepts sont bien sûr digitalisés, les nouvelles technologies y jouent un rôle-clé. Nous allons continuer à inventer le magasin de demain, celui qui nous ressemble et nous rend unique sur la planète mode.”

FRANÇOIS HAIMEZ,
DIRECTEUR GÉNÉRAL KIABI FRANCE

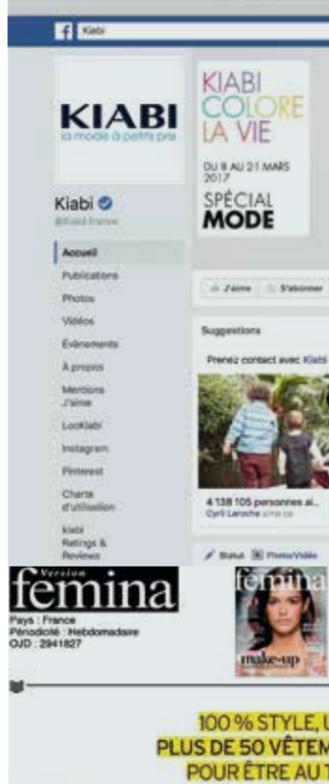
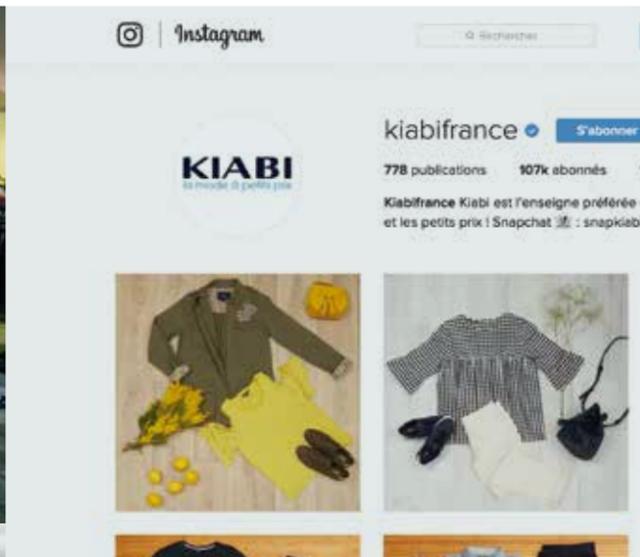


FAVORITE LIKE

NO OTHER

En campagne sur les écrans, partagées sur les réseaux sociaux, sélectionnées par les magazines, portées par les blogueuses, les collections KIABI gagnent le cœur des it-girls et le dressing de plus de 22 Millions de clients dans le monde. Rassemblant plus de 4 Millions de fans sur le web, la communauté Kiabi est unique par son envergure et l'état d'esprit qu'elle traduit : la mode, version "happy" !

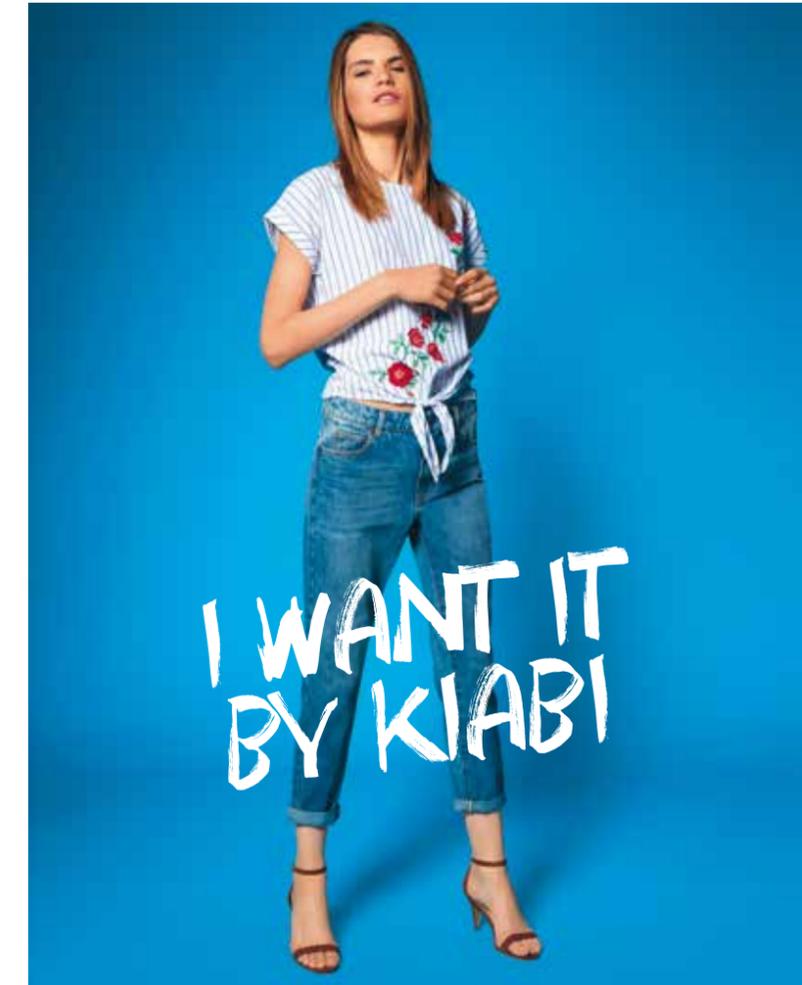




Moscou, Milan, Barcelone, Lisbonne, Bruxelles, Paris... : la mode Kiabi gagne les grandes métropoles du monde. Créant l'événement partout où elle s'implante via une communication puissante et expérientielle, Kiabi fédère plus de 4 millions de fans sur les réseaux sociaux, 22 millions de clients dans le monde et génère plus de 2 000 retombées médiatiques par an sur les créations et l'actualité de Kiabi.



UNE NOUVELLE IMAGE : CELLE D'UN CRÉATEUR DE MODE



“Kiabi a changé de posture : en nous posant en marque et non plus en enseigne, nous créons un lien fort, durable et singulier avec nos publics, nos clients. Nous répondons à leurs attentes bien sûr, mais pas seulement, nous allons plus loin en affirmant notre dimension mode, en développant la fierté de porter des créations Kiabi. Notre objectif : devenir la marque de mode préférée et attendue partout dans le monde ! Cette logique de conquête passe par des actions et des prises de parole nouvelles, surprenantes : nous voulons être présents là où l'on n'attend pas Kiabi. Pour illustration, nous organisons régulièrement des présentations mode de nos nouvelles collections auprès des medias, des influenceurs et des leaders d'opinions. Une belle façon de poser un regard nouveau sur nos produits, de sublimer leur mise en scène, et de partager cette évolution avec les journalistes et blogueurs. Tout cela en restant nous-mêmes : simples, proches, fun !”



KATY WILLAUME, DIRECTRICE DE LA COMMUNICATION KIABI

WHAT'S UP **BACK- STAGE?**

Derrière l'image mode, le fun et les petits prix... quid de la production des produits, de leur qualité, de leur disponibilité? En coulisses, les équipes Kiabi se mobilisent pour satisfaire pleinement un nombre croissant de clients. En amont, les stylistes travaillent en étroite collaboration avec leurs partenaires fournisseurs, partout dans le monde. Objectif : produire toujours mieux, en mode réactif, dans une logique responsable. En aval, le département supply chain se met en ordre de marche pour relever un challenge : livrer deux fois plus de produits, en deux fois de moins de temps, sur tous les continents, d'ici 5 ans seulement.





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



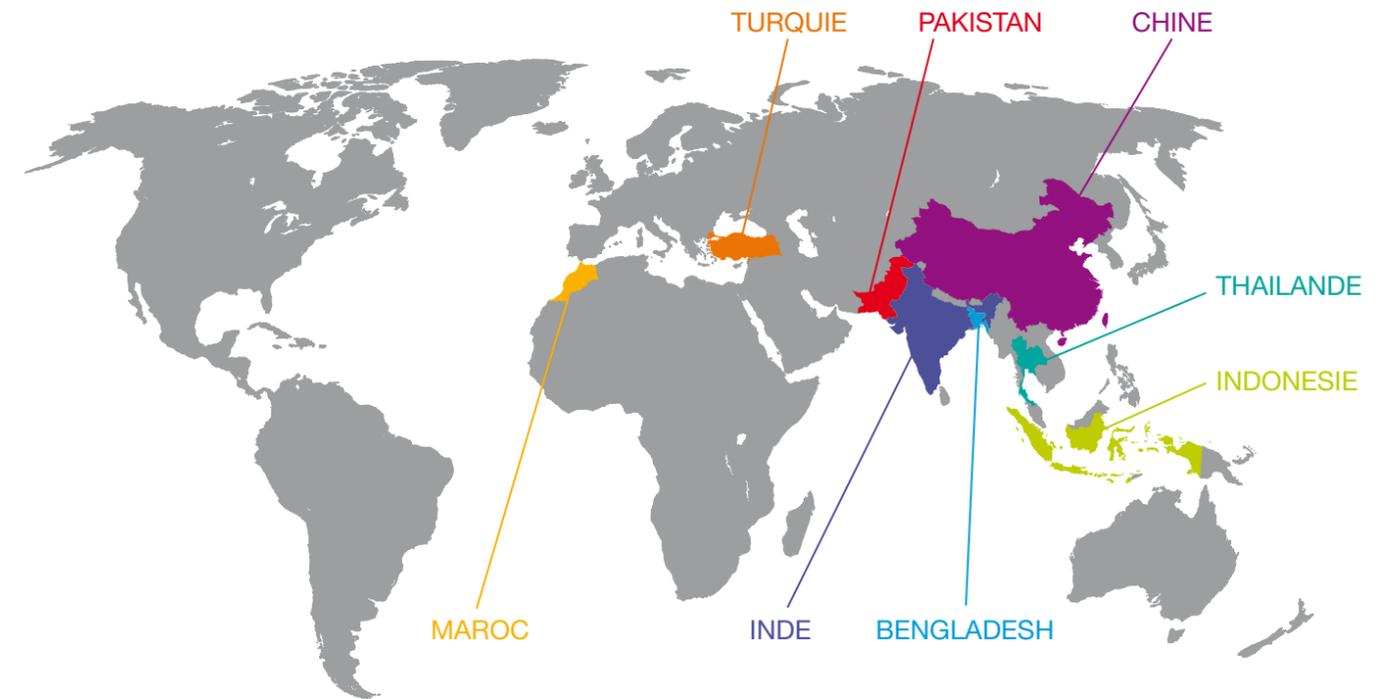
OBJECTIF À **5** ANS : LIVRAISON EN **48h**
ET VOLUMÉTRIE DE PIÈCES LIVRÉES **x 2**



QUALITÉ DES RELATIONS = QUALITÉ DE LA PRODUCTION

L'obsession des petits prix va de paire 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.

LOCALISATION DE NOS FOURNISSEURS



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

OBJECTIF ZÉRO DÉFAUT & 100% SÉCURITÉ POUR LES CLIENTS

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.

FASHION

ANYTIME, ANYWHERE !

Une mode fun pour tous, partout, 24H sur 24 ! Depuis 20 ans, Kiabi développe son outil logistique pour répondre aux besoins d'approvisionnement des magasins et du site marchand international. Entre 3 et 6 millions de pièces sont livrées chaque semaine partout dans le monde ! Cette agilité est indispensable avec un modèle cross canal de pointe, générateur d'une offre étendue et accélérateur de business à l'international. L'enjeu à 5 ans ? Accompagner la croissance de l'entreprise en divisant par 2 les délais de livraison.



“ La logistique Kiabi gère 257 millions de pièces en 2015. Une volumétrie que nous souhaitons doubler d'ici 5 ans. L'enjeu est de grandir en agilité et en souplesse pour accompagner le déploiement de KIABI à l'international, et l'essor du cross-canal. Notre vocation est d'être au service de l'entreprise, d'être au plus près des attentes de nos clients grâce à une organisation nous permettant de gagner en rapidité, en réactivité, en proximité et en coût. L'ouverture de notre entrepôt en Russie en décembre 2014 témoigne de cette dynamique, ce nouvel outil va jouer un rôle stratégique au cœur de notre schéma Supply Chain. Nous avons ouvert en 2015 un site marchand Kiabi.ru, adossé à un call center. Nous sommes désormais en capacité de livrer l'ensemble de ce vaste territoire. Désormais en ordre de marche, notre nouveau modèle Supply Chain est prêt pour la phase d'accélération à l'international !

BÉATRICE RÉGNIER,
DIRECTRICE LOGISTIQUE
INTERNATIONALE

”



FASHION PLANET

BY KIABI

La french touch Kiabi s'exporte ! En 3 décennies, la petite enseigne du Nord, au concept novateur, est devenue une véritable référence sur son marché et challenge désormais les leaders de la planète fashion en Europe et en Russie : présente dans 32 pays via Kiabi.com et dans bientôt près de 20 pays via son modèle cross-canal magasins & web, la marque accélère son déploiement mondial. L'enseigne compte réaliser 50% de ses ventes à l'international d'ici 5 ans, contre 20% aujourd'hui.



CAP SUR KIABI WORLDWIDE !

Actuellement présent dans 32 pays via Kiabi.com, Kiabi est implanté en crosscanal (web et magasins) dans 15 pays, à travers 500 magasins. La marque française renforce ses positions en Europe (Italie, Espagne, Pologne et très récemment Portugal et Belgique), au Moyen Orient (Tunisie, Maroc), en Arabie Saoudite et en Afrique Subsaharienne (Côte d'Ivoire, Congo). D'ici 5 ans, elle programme un plan de déploiement sur 3 nouveaux pays - Algérie, Emirats Arabes Unis et Brésil. Ces territoires de conquête, dotés d'une forte croissance démographique, présentent une adéquation particulière à la marque emblématique de la mode française à petits prix, avec une offre leader sur le marché de l'enfant.

A l'horizon 2021, Kiabi projette de développer son réseau magasins via 200 nouvelles implantations couvrant 17 pays, soit 400 000 nouveaux m² de surface de vente pour la marque. La Chine et l'Inde font partie des prochaines perspectives de Kiabi qui entend s'implanter en crosscanal sur tous les continents.



“Kiabi est aujourd’hui une marque de mode française leader, et sa « french touch » a le vent en poupe à l’international. Son modèle est unique en son genre, avec un rapport qualité/prix/niveau de mode totalement inédit, doublé d’une expérience shopping fun et surprenante. Grâce à notre puissance marketing et digitale, nous savons créer le buzz et générer de nouveaux flux là où nous nous implantons. Aujourd’hui, nos enjeux de croissance se situent à l’international : nous visons les grandes villes, partout dans le monde, et recherchons des emplacements premium avec des flux minimum de 10 millions de visiteurs. Notre concept s’exprime sur une surface comprise entre 1 500 et 2 000 m² en Shopping Center, Retail Park ou Centre-Ville. Notre mission est simple : « offrir au monde du bonheur à porter » !”



CHRISTINE JUTARD,
INTERNATIONAL LEADER,
KIABI WORLDWIDE.

474
magasins au 18/05/2017



32
pays desservis par kiabi.com

2016
25 ouvertures dont
75% à l’international.
2 nouveaux pays d’implantation :
Belgique et Congo.



2015
Ouverture du site Kiabi.ru desservant
l’ensemble du pays + 4 nouveaux pays
d’implantation : Pologne, Côte d’Ivoire,
Arabie Saoudite, Tunisie

KEY CHANGES

1978

- Naissance du concept et ouverture du 1^{er} magasin à Roncq (près de Lille)

1988

- Mise en place de l'actionnariat salarié

1993

- 1^{er} magasin en Espagne à Valence

1996

- 1^{er} magasin en Italie à Milan

2000

- Lancement de kiabi.com

2001

- 100^{ème} magasin

2005

- 1^{er} magasin en franchise

2008

- 1^{er} magasin en Russie

2009

- 300^{ème} magasin, à Champagne-au-Mont-d'Or près de Lyon
- Intégration de 85 magasins Vêti

2012

- Ouverture du 1^{er} magasin au Maroc, implantation en Belgique et aux Pays-Bas en pure player

2013

- Création de la société Etixia, immobilière de Kiabi
- Lancement du nouveau concept KIABI ONE (Prix Janus du concept Magasin remis par l'Institut Français du Design)

2014

- Kiabi obtient le label Great Place to Work
- Nouveau territoire de communication : Kiabi colore la vie
- Kiabi lance le concept KIABI KIDS et ouvre un entrepôt en Russie

2015

- Kiabi se déploie à l'international
- Ouverture de l'e-shop russe Kiabi.ru + 4 nouveaux pays d'implantation : Pologne, Côte d'Ivoire, Arabie Saoudite, Tunisie.
- Virage Big Data
- Premier popup store "Kiabi colore Paris"

2016

- Kiabi créé l'événement sur le MAPIC avec son Surprising Store sur la Croisette à Cannes.
- Test du robot Pepper dans les magasins.

2017

- Top 3 du classement Great Place To Work.



KIABI TODAY

CONTACTS PRESSE

Agence Mot Compte Double
+33 (0) 3 20 74 95 23

Alexandra Breyne
+33 (0) 6 30 81 90 17
abreyne@motcomptedouble.fr

France Thebault
+33 (0) 6 78 65 93 34
fthebault@motcomptedouble.fr

KIABI WORLDWIDE
100 rue du Calvaire - 59510 Hem - France

www.kiabi.com



KIABI
la mode à petits prix