

**RELAZIONE
EXTRA FINANZIARIA
DEL GRUPPO KIABI
2021**

KIABI





SOMMARIO

P04 GOVERNANCE & STRATEGIA

P03	Edito
P05	Contesto e modello di business
P09	Governance e strategia del Gruppo KIABI
P15	Mappatura dei rischi della RSI
P17	Stakeholder e partner

P19 MODA SOSTENIBILE

P21	Impronte di carbonio e di biodiversità
P25	Ciclo di vita del prodotto
P34	Conformità della fabbrica e del prodotto
P35	Un consumo più responsabile

P37 MODA INCLUSIVA

P39	«Le Petit Magasin»: Il business sociale di Kiabi
P40	Mentoring: I Kiabers offrono il loro tempo
P42	KIABI LIFE: Il fondo di dotazione di solidarietà
P43	Collezioni e negozi: moda per tutti
P44	Diversità: la chiave per il benessere e la performance sul lavoro

P46 I KIABERS NEL CUORE DELLA MODA

P48	La cultura KIABI: responsabilizzazione locale
P51	Gestire il talento per prepararsi al futuro
P53	Dialogo sociale fluido: la chiave per un clima sociale sereno
P54	Proteggere la salute e la sicurezza dei Kiabers: una priorità
P55	I nostri partner: attori del nostro approccio sociale

P58 METODOLOGIA E DEFINIZIONI

P65 APPENDICI

P65	Appendice 1: I nostri indicatori di performance
P70	Appendice 2: Dettagli dei contratti collettivi per paese

EDITO

Abbiamo appena vissuto un anno difficile nel 2021 in termini di salute per i nostri dipendenti, per i nostri clienti e per i nostri partner.

Tuttavia, quest'anno ha visto alcuni progressi molto buoni verso una moda più sostenibile.

Sappiamo che non tutto è perfetto, ma lavoriamo anno dopo anno con onestà e sincerità per accelerare e ancorare in modo concreto il nostro programma verso una moda sempre più responsabile, sostenibile, positiva, rispettosa delle risorse, della biodiversità e delle persone.

La nostra visione è pienamente in linea con i nostri impegni:

“**RENDERE LA VITA PIÙ FACILE ALLE FAMIGLIE TESSENDO INSIEME UNA MODA RESPONSABILE E SOLUZIONI SOSTENIBILI**”

IL NOSTRO IMPEGNO PER IL PIANETA

Con il 66% di prodotti più sostenibili, così come la quota crescente della nostra offerta di seconda mano e la raccolta di tessuti alla fine della loro vita.

IL NOSTRO IMPEGNO VERSO LA SOCIETÀ

Continuando il nostro lavoro in prossimità dei nostri fornitori, lo sviluppo dei nostri «Piccoli negozi solidali», la creazione di 18 posti di lavoro di integrazione e l'evoluzione della nostra Fondazione in un Fondo di dotazione per ampliare il nostro raggio d'azione a livello internazionale.

IL NOSTRO IMPEGNO SOCIALE

Mettendo i nostri dipendenti al centro delle nostre azioni, sostenendoli nel loro sviluppo professionale, agendo sul nostro dialogo sociale e per il benessere sul lavoro. Nel 2021, abbiamo il 73% di dipendenti soddisfatti di lavorare in KIABI (attraverso il sondaggio Great Place To Work 2021).

La nostra visione per il 2030 è ambiziosa e coinvolgente, crediamo che il ruolo del business sia quello di creare valore, e di farlo meglio, prendendosi cura del pianeta, dei nostri dipendenti, dei nostri clienti e del nostro ecosistema.



Elisabeth Cunin
Presidente KIABI



Patrick Stassi
CEO KIABI

GOVERNANCE E STRATEGIA

CONTESTO E MODELLO DI BUSINESS

- 2021 in cifre
- KIABI nel mondo
- 40 anni di moda a prezzi bassi
- Modello di business

GOVERNANCE E STRATEGIA DEL GRUPPO

- Governance del gruppo KIABI
- La strategia del gruppo KIABI
- I nostri impegni per il 2025
- La governance CSR di KIABI

MAPPATURA DEL RISCHIO CSR

STAKEHOLDER E PARTNER



CONTESTO E MODELLO DI BUSINESS

2021 IN CIFRE



73%

**KIABERS SODDISFATTI
PER LAVORARE IN KIABI**

(non comparabile nel 2020)



66%

**DI PRODOTTI
ECO-PROGETTATI
ACQUISTATI**

(in pezzi) (34% nel 2020)

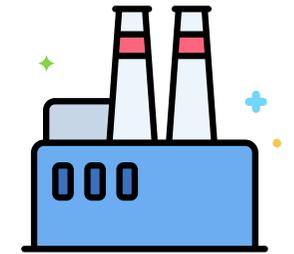


98%

FABBRICHE CONFORMI

*(conforme / non conforme
delle fabbriche controllate
dei fornitori di livello 1 e 2)
(96,5% nel 2020)*

KIABI



74%

**DI FATTORI DI PROCESSO
UMIDO DI LIVELLO 2
CONTROLLATI**

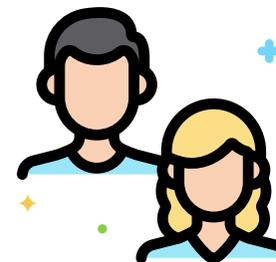
*(sulla parte ambientale)
(46% nel 2020)*



180

**TONNELLATE DI TESSUTI
E SCARPE RACCOLTE
DAI NOSTRI CLIENTI E
RIUTILIZZATE**

(119 nel 2020)



18

**INCLUSIONE POSTI
DI LAVORO CREATI DALLE
ATTIVITÀ DI KIABI**

*(creazione diretta/indiretta
di posti di lavoro) (9 nel 2020)*

KIABI NEL MONDO

516

NEGOZI
IN 21 TERRITORI

87

PARTNER
(AFFILIAZIONE)

9

VENDITE NEL PAESE WEB



■ PAESI DI VENDITA

■ PAESI DI PRODUZIONE

▨ PAESI DI VENDITA E PRODUZIONE

Ⓚ PAESI CON KIABER

40 ANNI DI MODA A PICCOLI PREZZI



MODELLO DI BUSINESS

RENDIAMO LA VITA PIÙ FACILE ALLE FAMIGLIE
LAVORIAMO INSIEME PER TESSERE UNA MODA
RESPONSABILE E SOLUZIONI SOSTENIBILI

KIABI
Azienda Familiare

Creato nel
1978

Noi siamo
9 107
KIABERS

In tutto il mondo di cui
61%
AZIONISTI
DIPENDENTI



GOVERNANCE E STRATEGIA DEL GRUPPO KIABI

GOVERNANCE DEL GRUPPO KIABI

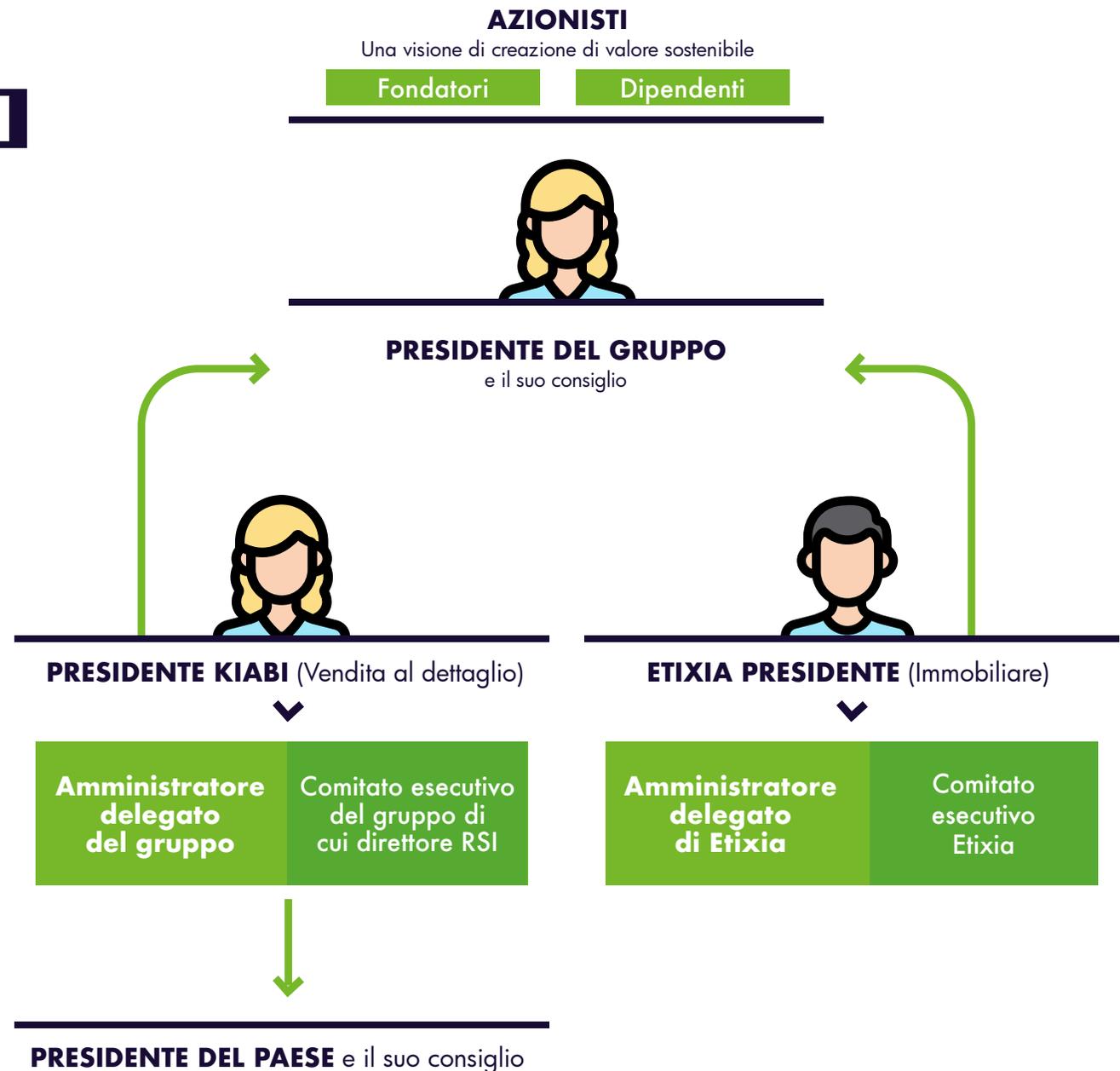
Co-costruendo la visione dell'azienda con i suoi dipendenti, con il loro spirito d'iniziativa e le loro idee, KIABI s'impegna a sviluppare i talenti in un ambiente appagante e a condividere con loro i frutti della performance del gruppo. Come azionisti dell'azienda, i Kiaber non sono semplicemente degli stakeholder ma una parte costitutiva del nostro modello.

STRATEGIA DEL GRUPPO KIABI

Nel 2021 abbiamo condiviso la nostra nuova visione 2030, iniziata nel 2020 da un processo di co-costruzione con Kiabers, i nostri partner affiliati e in franchising e i nostri azionisti: più di 100 persone, sia interne che esterne, hanno contribuito a scrivere questa visione. Siamo stati accompagnati in questo processo di Vision da Kea, la prima società di consulenza strategica ad adottare lo status di mission statement company. Abbiamo quindi riscritto la nostra missione, la nostra ambizione e le nostre principali linee d'azione.

QUESTA VISIONE PONE LA CSR AL CENTRO DELL' STRATEGIA AZIENDALE E PERMEA TUTTI I NOSTRI DIPARTIMENTI E FILIALI.

La tabella di marcia annuale, che è più operativa, viene poi implementata in ogni filiale e dipartimento. Identifica le priorità e i piani d'azione di ogni linea di business per l'anno.





VISION

2030



Diventiamo la marca preferita dalle famiglie

#Impronta relazionale
#Inclusività #Conoscenza cliente



Siamo commercianti locali

#Autonomia #Imprenditore
#Diversificazione dei modelli di commercio

SEMPLIFICHIAMO
LA VITA DELLE FAMIGLIE
(CREANDO INSIEME
UNA MODA RESPONSABILE
E SOLUZIONI SOSTENIBILI)



Democratizziamo prodotti e servizi ad impatto positivo

#Co-creazione #Sostenibilità
#Piccoli prezzi giusti



Diventiamo Kiaber imprenditori aperti sul nostro ecosistema

#Animazione locale #Partenariati #Comunità



I NOSTRI IMPEGNI PER IL 2025

“ DIVENTARE IL MARCHIO PREFERITO PER LE FAMIGLIE ”

- ZERO SOSTANZE CHIMICHE PERICOLOSE IN PROCESSI DI PRODUZIONE E PRODOTTI FINITI
- TRACCIABILITÀ DEI PRODOTTI DAL CAMPO AL PRODOTTO FINITO
- IL 95% DEI NOSTRI SITI WEB SONO ACCESSIBILI ALLE PERSONE DISABILI (RGAA)
- 85% DI SODDISFAZIONE DEI KIABERS
- TRA 250 000 E 300 000 BENEFICIARI DEI NOSTRI «PETITS MAGASINS»

“ DEMOCRATIZZARE I PRODOTTI E SERVIZI CON IMPATTI POSITIVI ”

- 100% DELLA FORNITURA IN MATERIALI PIÙ SOSTENIBILI
- -25% DI INTENSITÀ DI CARBONIO (BASE 2018 SCOPE 1/2/3)
- 50% DI ENERGIA RINNOVABILE NELLE NOSTRE OPERAZIONI
- 80% DEI RIFIUTI DEI NOSTRI SITI SELEZIONATI
- LA QUOTA DI TRASPORTO AEREO NON SUPERA IL 2%
- ELIMINARE IL 100% DELLA PLASTICA MONOUSO NELLE NOSTRE CONFEZIONI BTOC

“ DIVENTIAMO UN COMMERCIANTE LOCALE ”

- IL 100% DEI NEGOZI RACCOGLIE CAPI A FINE VITA DEI NOSTRI CLIENTI (2023)
- 2000 TONNELLATE DI TESSUTI E SCARPE USATE RACCOLTE DAI NOSTRI CLIENTI
- 1 ECO-AMBASCIATORE IDENTIFICATO NELLA TOTALITÀ DEI NOSTRI NEGOZI E UFFICI
- 100 POSTI DI LAVORO DI INTEGRAZIONE CREATI DALLE ATTIVITÀ DI KIABI

“ DIVENTIAMO KIABER IMPRENDITORI APERTI AL NOSTRO ECOSISTEMA ”

- PIÙ DEL 95% DEGLI AUDIT SOCIALI DELLE FABBRICHE ERANO CONFORMI O PRESENTAVANO NON CONFORMITÀ MINORI (TIER 1 E 2)
- 100% DELLE FABBRICHE DI LIVELLO 2 SOTTOPOSTE AD AUDIT SU TEMI AMBIENTALI (2023)
- 100% DEI FORNITORI NON COMMERCIALI VALUTATI SECONDO I CRITERI CSR (VALUTAZIONE ESTERNA)
- ADERIRE A UN' ORGANIZZAZIONE NON GOVERNATIVA SUL TEMA DEI SALARI EQUI
- IL 100% DEI DIPENDENTI / FORNITORI / PARTNER FIRMA IL NOSTRO CODICE DI CONDOTTA O CODICE ETICO





UN AVANZAMENTO MISURATO

Stiamo facendo progressi ogni giorno per aiutare a costruire un mondo più unito e più rispettoso del pianeta.

Ciascuna delle nostre filiali e ciascuno dei nostri principali dipartimenti operativi sono ora consapevoli delle loro principali sfide sociali e ambientali e le incorporano nelle loro operazioni e pratiche gestionali.

Per aumentare l'efficienza, misuriamo l'impatto delle nostre azioni sulla base di indicatori chiari. Nel 2021, abbiamo implementato nella nostra dichiarazione annuale di performance non finanziaria i nuovi indicatori definiti in 2020 con Deloitte Environment, una società

di consulenza indipendente. Questi indicatori sono utilizzati dai vari organismi che guidano la nostra strategia di RSI.

Ogni trimestre, il nostro CSR Strategy Committee, che comprende rappresentanti delle principali linee di business dell'azienda - Collezioni, Acquisti, Conformità sociale e ambientale, Relazioni umane e Operazioni - mette in discussione le tabelle di marcia delle filiali rispetto a questi indicatori.

Questo è anche il caso dei comitati operativi istituiti da alcune filiali, come la rete di negozi francesi, che controlla così la portata dei progetti realizzati dai dipendenti esperti.

LA GOVERNANCE CSR DI KIABI

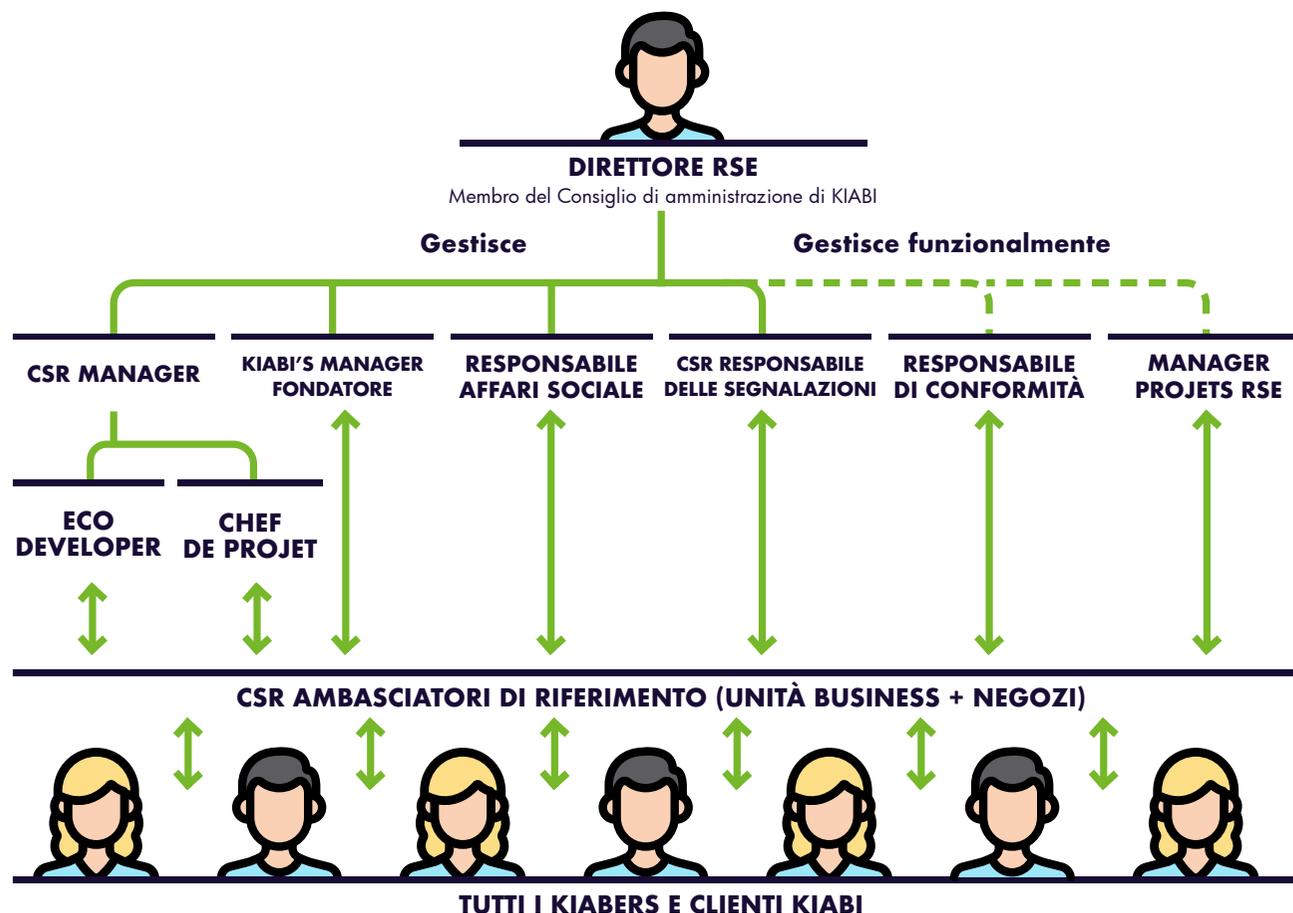
La nostra politica di RSE non può essere decretata, deve essere condivisa per garantire un'implementazione efficace in tutta l'azienda, i responsabili dei progetti aziendali, le persone di riferimento e gli ambasciatori della RSE, che sono coinvolti nella sua diffusione all'interno delle nostre Business Unit e dei servizi di supporto.

I project manager forniscono competenze su argomenti mestieri co-costruiti con il gruppo della RSE. Questo è il caso, per esempio, dell'eco-sviluppatore su questioni di ecodesign.

I referenti, da parte loro, co-gestiscono l'attuazione della strategia di Kiabi nei vari dipartimenti o filiali con il team CSR. Durante il loro orario di lavoro - un giorno al mese per esempio - condividono le informazioni sulla RSE con i Kiabers e riportano le richieste. Contribuiscono anche alla stesura della tabella di marcia della RSE per il loro perimetro e al controllo della sua applicazione attraverso indicatori chiave adattati ad ogni unità aziendale.

Gli ambasciatori hanno il compito, nei negozi in Francia ad esempio, di condividere informazioni relative alla RSE, di riferire su questioni locali e di organizzare un'azione di RSE per negozio.

Entro il 2021 abbiamo coperto la maggior parte delle nostre grandi entità con almeno un referente e abbiamo organizzato almeno una riunione di kick-off visivo con loro.



MAPPATURA DEI RISCHI DELLA RSI (compresi i rischi coperti dal piano di vigilanza)

ISSUE	Rischi	Principali rischi non finanziari	Visione KIABI	Impegni 2025	Indicatori chiave indicatori di performance e di risultato	Una parte del rapporto riguardava
Ambientale	Impatto ambientale della produzione dei prodotti KIABI	<ul style="list-style-type: none"> Allarme per la biodiversità Potenziale esaurimento delle risorse non rinnovabili Riscaldamento globale (aumento delle emissioni di gas serra) 	Asse 2: democratizzare prodotti e servizi con un impatto positivo attraverso la nostra offerta eco-design: scegliendo materiali a minor impatto e influenzando i nostri fornitori a investire in processi meno dannosi per l'ambiente	<p>Impegnarsi a ridurre del 25% le nostre emissioni di carbone attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> Quota di trasporto aereo che non supera il 2% della nostra produzione totale di trasporto 100% dell'offerta di Kiabi con più materie sostenibili Eliminazione al 100% della plastica monouso negli imballaggi BTOC Raggiungere il 50% di energia rinnovabile nelle nostre operazioni 	<ul style="list-style-type: none"> % di acquisti per materiale (in peso) % di fibre sostenibili nel nostro abbigliamento (in pezzi) % di prodotti eco-design acquistati (in pezzi) 	<p>P19:</p> <ul style="list-style-type: none"> Moda sostenibile Impronta di carbonio e biodiversità <p>P23 a 26:</p> <ul style="list-style-type: none"> Moda sostenibile Il ciclo di vita del prodotto Design del prodotto
	Impatti ambientali dei prodotti a fine vita	<ul style="list-style-type: none"> Rifiuti e inquinamento dovuti alla mancanza di recupero e riciclaggio dei prodotti Rischio di forti cambiamenti normativi sul riciclaggio 	Asse 2: democratizzare i prodotti e i servizi a impatto positivo attraverso gamme «per tutte le stagioni» e un'offerta eco-design: offrire prodotti più sostenibili e prodotti realizzati con materiali riciclati	<ul style="list-style-type: none"> 2000 tonnellate di tessuti e scarpe usate raccolte dai nostri clienti 100% dei negozi di raccolta 	<ul style="list-style-type: none"> Volume di tessuti e scarpe usati raccolti dai nostri clienti e riutilizzati (riciclaggio, rivendita, riutilizzo) % dei capi raccolti in Francia rispetto a quelli immessi sul mercato (venduti) in N-2 	
Ambientale/ Sociale	Rischio per la sicurezza dei consumatori	<ul style="list-style-type: none"> Non conformità normativa (REACH...) Problemi di salute/sicurezza del consumatore (condizioni mediche, disabilità, lesioni) 	Asse 1: diventare il marchio preferito dalle famiglie essendo utile a tutte le famiglie: mettere a disposizione dei nostri clienti le informazioni sui prodotti attraverso la tracciabilità dei prodotti e garantire la sicurezza dei nostri prodotti	<ul style="list-style-type: none"> Nessuna sostanza chimica pericolosa utilizzata nel processo di produzione e nei nostri prodotti Tracciabilità delle fabbriche dal campo al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> Numero di allarmi dei clienti relativi a problemi di salute e sicurezza dei prodotti Numero di referenze ritirate dalla vendita 	<p>P32:</p> <ul style="list-style-type: none"> Moda sostenibile Conformità dell'impianto e del prodotto Conformità del prodotto
Societario	Impatti sociali legati alla produzione dei prodotti KIABI	<ul style="list-style-type: none"> Mancata garanzia della sicurezza fisica dei dipendenti sul posto di lavoro Mancata protezione della salute dei lavoratori Violazioni dei diritti umani (lavoro infantile, lavoro forzato, discriminazione, molestie, libertà di associazione, mancato rispetto delle norme dell'OIL, ecc.) Inosservanza delle regole di retribuzione e dell'orario di lavoro 	Asse 4: Diventiamo Kiabers imprenditoriali, aperti al nostro ecosistema: prendersi cura dei dipendenti indiretti della nostra catena del valore	<ul style="list-style-type: none"> Tracciabilità delle fabbriche al cliente Il 95% degli audit sociali delle fabbriche realizzati sono detti conformi o non conformi minori per le fabbriche Tier 1 e Tier 2 	<ul style="list-style-type: none"> % di fornitori di livello 1 formati al codice di condotta KIABI Numero di audit sociali delle fabbriche per paese per i fornitori di livello 1 e 2 % di conformità sociale (conforme / non conformità minori) delle fabbriche controllate dei fornitori di livello 1 e 2 	<p>P53-55:</p> <ul style="list-style-type: none"> Kiabi al centro della moda <p>I nostri partner: attori del nostro approccio sociale</p>

MAPPATURA DEI RISCHI DELLA CSR (rischi non coperti dal piano di vigilanza)

ISSUE	Rischi	Principali rischi non finanziari	Visione KIABI	Impegni 2025	Indicatori chiave indicatori di performance e di risultato	Una parte del rapporto riguardava
Sociale	Clima sociale interno	<ul style="list-style-type: none"> Involuzione del dialogo sociale e delle condizioni di lavoro legate alla politica sociale Rischio reputazionale per la KIABI 	Asse 4: Diventiamo Kiaber imprenditori aperti al nostro ecosistema creando un legame unico con il nostro eco-sistema: prendersi cura dei nostri dipendenti	L'85% dei Kiabers è soddisfatto di lavorare in Kiabi	<ul style="list-style-type: none"> Fatturato Tasso di soddisfazione di Kiabers (Great Place to Work) 	P51: - Kiaber al centro della moda - Un dialogo sociale fluido: la chiave per un clima sociale sereno
	Impatto sulla salute e la sicurezza dei dipendenti	<p>Deterioramento della salute/sicurezza dei dipendenti che può portare a:</p> <ul style="list-style-type: none"> disturbi muscoloscheletrici legati alle attività di logistica e di magazzino, con conseguenti interruzioni del lavoro, invalidità parziale (e in definitiva una riduzione delle risorse) disturbi psicologici in seguito ad attacchi, in particolare nei negozi Incidenti sul lavoro fragilità psicologica delle popolazioni colpite da cambiamenti organizzativi malattia o ansia in caso di epidemie 	Asse 4: Diventiamo Kiaber imprenditori aperti al nostro ecosistema creando un legame unico con il nostro eco-sistema: prendersi cura dei nostri dipendenti		<ul style="list-style-type: none"> Tasso di frequenza degli incidenti sul lavoro % della forza lavoro in malattia professionale Tasso di assenteismo 	P52: - Kiaber al centro della moda - Preservare la salute e la sicurezza dei Kiabers: una priorità
	Impatto della gestione delle competenze sui dipendenti	<ul style="list-style-type: none"> Obsolescenza delle competenze dovuta alla mancanza di supporto da parte di KIABI Incapacità di attrarre, mantenere e motivare i talenti necessari per il funzionamento e lo sviluppo delle attività dell'azienda Perdita di attrattiva per i potenziali candidati 	Asse 4: Diventiamo Kiaber imprenditori aperti al nostro ecosistema creando un legame unico con il nostro eco-sistema/ adottando una postura di apertura verso il nostro eco-sistema/ accompagnando i nostri Kiaber verso una postura di imprenditore locale: prendersi cura dei dipendenti, offrire formazione e posti di lavoro adeguati alle esigenze mutevoli dell'azienda		<ul style="list-style-type: none"> Numero di ore di formazione Numero medio di ore di formazione per dipendente formato % di Kiaber formati % di Kiaber con diverse capacità 	P49-50: - Kiaber al centro della moda - Gestire il talento per prepararsi al futuro

STAKEHOLDER E PARTNER

Gli «Stakeholder» sono persone, private o pubbliche, naturali o legali, che hanno una relazione con il Gruppo KIABI. Svilupperemo le nostre interazioni con loro in ogni sezione che descrive i nostri piani d'azione.

CLIENTI
FORNITORI
KIABER
PARTNER
ASSOCIAZIONI
FORNITORI DI SERVIZI
AFFILIATI

PARTNERSHIP

FASHION PACT

<https://thefashionpact.org/?lang=fr>



Fashion Pact è una coalizione globale di aziende di moda e tessuti (prêt-à-porter, sport, lifestyle e lusso), nonché di fornitori e distributori, impegnati in un insieme comune di grandi obiettivi ambientali incentrati su tre temi: fermare il riscaldamento globale, ripristinare la biodiversità e proteggere gli oceani. Il tutto nasce da una missione affidata dal presidente francese Emmanuel Macron a François-Henri Pinault, CEO di Kering, che è stato presentato il 26 agosto 2019 ai capi di stato riuniti al vertice del G7 a Biarritz. KIABI è membro di questa coalizione dal 2019. Condividiamo annualmente i nostri progressi su questi temi attraverso un questionario quantitativo. L'associazione, sostenuta dalle organizzazioni non governative Reset (Oceani), Conservatory International (Biodiversità) e 2050 (Clima), propone ai suoi membri gruppi di lavoro su buone pratiche o azioni comuni.

PARIS GOOD FASHION

www.parisgoodfashion.fr



È un'associazione che mira a fare di Parigi la capitale della moda più responsabile entro il 2024, anno dei Giochi Olimpici. Creata nel 2019 su iniziativa della città di Parigi, Paris Good Fashion riunisce più di cento attori (grandi gruppi, dettaglianti, ONG, federazioni, start-up, ecc.), con un obiettivo comune: accelerare la transizione ambientale e sociale del settore.

Dalla fine del 2021, Kiabi lavora quotidianamente per migliorare e trasformare le pratiche del settore attraverso la sua partecipazione a gruppi di lavoro.

ACTS AND FACTS

<https://actsandfacts.org>



È un movimento di donne, uomini e aziende che conduce insieme azioni concrete per accelerare la transizione ecologica. KIABI è membro dal 2019 e partecipa a gruppi di lavoro sull'eco-design dei prodotti, sulla sensibilizzazione dei dipendenti alle questioni ambientali e sul riciclaggio dei tessuti a fine vita.

REFASHION

<https://refashion.fr/fr>



Refashion è l'eco-organizzazione per il riciclaggio del settore dell'abbigliamento, della biancheria per la casa e delle calzature in Francia. Per conto di più di 5.000 aziende, è responsabile della prevenzione e della gestione del fine vita dei loro prodotti immessi sul mercato. Al centro dell'ecosistema dell'industria tessile, dell'abbigliamento, della biancheria e delle calzature, Refashion offre strumenti, servizi e informazioni che facilitano e accelerano la trasformazione verso l'economia circolare. KIABI è membro di Refashion da oltre 10 anni e azionista da 3 anni. Partecipiamo al consiglio di amministrazione ma anche a gruppi di lavoro multaziendali come i comitati di nomenclatura, eco-modulazione e comunicazione.

LIVE FOR GOOD

<https://live-for-good.org/fr>



Sostenere i giovani e mobilitare le imprese per accelerare la transizione ecologica e sociale. Dal 2020, KIABI partecipa sostenendo 5 start-up ogni anno attraverso la sponsorizzazione delle competenze dei dipendenti.

AMFORI

<https://www.amfori.org/>



KIABI si è unita ad Amfori nel 2018. Condividiamo i valori e la missione di Amfori, che crede che oggi, oltre all'aspetto economico, sia importante tenere conto delle persone e del pianeta nelle nostre azioni. Ci impegniamo insieme a migliorare l'uso delle risorse naturali e ad aprire le relazioni commerciali.

ICS (INIZIATIVA DI CLAUSOLA SOCIALE)

<https://ics-asso.org/fr/>



ICS è un'iniziativa internazionale che mira a migliorare le condizioni di lavoro in tutta la catena dei suoi rivenditori e membri del marchio. Ci siamo uniti a loro nel dicembre 2021 per collaborare su strumenti comuni e condividere i nostri audit di fabbrica. In questo modo, contribuiamo a ridurre la fatica degli audit dei fornitori, condividendo le nostre conoscenze e le migliori pratiche e co-costruendo la tracciabilità delle nostre forniture.

ILO (ORGANIZZAZIONE INTERNAZIONALE DEL LAVORO)

<https://www.ilo.org/global/lang-fr/index.htm>



La crisi della COVID-19 ha causato una grave perturbazione economica in tutta l'industria dell'abbigliamento. La Call to Action dell'ILO, un organismo legato alle Nazioni Unite, mira a proteggere il reddito, la salute e l'occupazione dei lavoratori del settore durante questo periodo. Questa azione globale chiede anche di progredire verso un sistema di protezione sociale sostenibile per un'industria della moda più equa e resiliente, che è allineata con la nostra visione alla KIABI.

TEXTIL EXCHANGE

<https://textileexchange.org/>



È un'organizzazione senza scopo di lucro che genera un impatto positivo sul cambiamento climatico per l'industria tessile e dell'abbigliamento. Accompagna una comunità crescente di marche, produttori e agricoltori verso il ripensamento della produzione dall'inizio della catena di approvvigionamento. Entro il 2030, il suo obiettivo è che l'industria riduca le sue emissioni di gas serra del 45% nella produzione di fibre. Il suo approccio è globale e coordinato, con lo scopo di accelerare l'adozione di pratiche agricole che migliorino l'acqua, il suolo e la biodiversità. Per un vero cambiamento, tutti hanno bisogno di una direzione chiara verso un impatto positivo. Ecco perché Textile Exchange crede che un approccio accessibile e di miglioramento continuo combinato con un'azione collettiva possa spostare il paradigma per rendere materiali e fibre più sostenibili un'opzione mainstream, mobilitando i leader del settore attraverso strategie raggiungibili, soluzioni concrete e una comunità motivata.

BETTER COTTON INITIATIVE

<https://bettercotton.org/fr/>



È un'organizzazione globale senza scopo di lucro che mira a formare i coltivatori di cotone a pratiche agricole più sostenibili per migliorare la loro qualità di vita e ridurre l'impatto del cotone sull'ambiente. Questo sostegno mira a informare i coltivatori sulle condizioni che rispettano i diritti dei lavoratori, su come utilizzare l'acqua in modo efficiente, su come prendersi cura del suolo e degli habitat e su come ridurre l'uso delle sostanze chimiche più dannose nella coltivazione del cotone. Kiabi sostiene la Better Cotton Initiative dal 2019.

ACCELERATORE DI COTONE ORGANICO

<https://www.organiccottonaccelerator.org/>



OCA unisce il settore tessile per sbloccare il potenziale del cotone biologico e generare un cambiamento positivo per le persone e il pianeta. OCA crede che lavorando insieme sia possibile creare le condizioni per far prosperare il cotone biologico. Ogni dollaro investito nel loro programma migliora la prosperità degli agricoltori, contribuisce alla sostenibilità e, in definitiva, rafforza l'integrità del settore del cotone. OCA sostiene gli agricoltori perché sono loro i catalizzatori del cambiamento, i guardiani della terra. Sostenere il contadino rafforza il settore del cotone e salva il pianeta. La KIABI ha aderito all'OCA nel 2021.

ASSOCIAZIONI / ONG



KIABI è membro della Fair Trade Association, firmataria di un accordo con la Business Social Compliance Initiative/ Business Environmental Performance Initiative dal 2018. Sosteniamo numerose associazioni, in particolare attraverso il nostro fondo di dotazione, tra cui la Ligue contre le Cancer, l'Agence du Don en Nature, Humana Italia, la Croce Rossa, l'inserimento della Croix Rouge, ecc.



Abbiamo aderito all'iniziativa Entreprise Engagée pour la Nature nel Giugno del 2020.

MEDIA

Siamo felici di interagire con i media: dal 2019, offriamo loro una conferenza stampa annuale in Francia e rispondiamo alle loro richieste occasionali.

ETICA E CORRUZIONE

L'etica aziendale è un approccio comune, basato su valori condivisi, tra tutti i Kiabi e gli stakeholders del Gruppo KIABI, che si esprime attraverso comportamenti e azioni che richiedono buon senso, discernimento, esemplarità e responsabilità in ognuno di noi.

Sta a noi, individualmente e collettivamente, rispettarla e promuoverla. La nostra etica, definita nei nostri codici di condotta come il codice di condotta anticorruzione, il codice di condotta dei fornitori, i nostri regolamenti interni e i nostri impegni in termini di responsabilità sociale e ambientale, si basa sulle seguenti aree chiave :

- Garantire l'etica e il rispetto delle leggi e dei regolamenti
- Sviluppare una moda sostenibile
- Impegno verso le persone

Un comitato etico e di conformità assicura l'efficacia e l'efficienza delle misure di conformità in aree quali :

- Prevenzione della corruzione e buone pratiche commerciali
- Protezione dei dati personali
- Rispetto dei diritti umani e dell'ambiente.

I dipendenti e le parti interessate possono anche lanciare un allarme in qualsiasi parte del mondo attraverso questo canale : <https://report.whistleb.com/fr/kiabi>

PER UNA MODA PIÙ RESPONSABILE

VALUTAZIONI DEL CARBONIO E DELLA BIODIVERSITÀ

CICLO DI VITA DEL PRODOTTO

- Design del prodotto
- Trasporto del prodotto
- Gestione dell'inventario
- Prodotti a fine vita e loro riciclaggio

FABBRICHE E CONFORMITÀ DEI PRODOTTI

- Conformità ambientale delle fabbriche
- Conformità del prodotto

VERSO UN CONSUMO PIÙ RESPONSABILE

- Istruzioni di manutenzione ottimizzate
- Angoli e un sito web dedicato all'usato
- Affittare abiti premaman
- Un albero piantato per ogni buono bebè aperto



“ Consapevoli dell’impatto ambientale dell’industria tessile e della sua distribuzione, stiamo attuando numerose azioni per cercare di limitarne il più possibile la portata. Infatti, abbiamo misurato che il prodotto, durante il suo intero ciclo di vita, dalla progettazione alla fine della vita, compresa la sua fabbricazione, il trasporto e l’uso da parte del cliente, provoca inquinamento e consuma molta energia. In quest’ottica, stiamo sviluppando l’uso di materie prime più sostenibili, scegliendo modi di trasporto alternativi e soluzioni per riutilizzare i nostri vestiti a fine vita, senza dimenticare la sensibilizzazione dei nostri clienti a un consumo più responsabile. ”

Julie Silvert

Direttore delle Collezioni



INDICATORI 2021



63%

MATERIALI PIÙ
SOSTENIBILI NELLE
NOSTRE COLLEZIONI
ESTATE & INVERNO 21



34%

DEI NOSTRI BENI
INVENDUTI DONATI
AD ASSOCIAZIONI



39

CORNER
SECONDA MANO



180

TONNELLATE
DI TESSUTI
E SCARPE RACCOLTE
E VALORIZZATE

2021 ELEMENTI ESSENZIALI

- **ACCELERARE L'ECONOMIA** dei nostri prodotti utilizzando materiali più sostenibili, e più specificamente il cotone biologico
- **SVILUPPO DELLA SECONDA MANO** con corner distribuiti nei nostri negozi in Francia, Spagna, Italia e Belgio e tramite un sito web dedicato
- **AUMENTO DELLA QUOTA DI DONAZIONI DI ABBIGLIAMENTO** in base al nostro stock invenduto
- **IMPEGNO CON ADEME** attraverso l'iniziativa FRET 21, che mira a ridurre le emissioni di carbonio del nostro trasporto merci



PARTI RILEVANTI

- Fornitori: con i quali lavoriamo all'ecodesign dei nostri prodotti
- Clienti: che accompagniamo verso un consumo più responsabile
- Partner: I Care per la nostra biodiversità e le impronte di carbonio, Le Relais per il riutilizzo dei vestiti e delle scarpe raccolte
- Organizzazioni: Ademe (attraverso il progetto Fret 21), che ci supporta nel monitoraggio delle nostre emissioni di gas serra dai prodotti di trasporto
- Associazioni: beneficiari delle nostre donazioni di vestiti

IMPRONTA DI CARBONIO E BIODIVERSITÀ

IMPRONTA DI CARBONIO : IL PRODOTTO, UN CONTRIBUTO IMPORTANTE ALLA NOSTRA IMPRONTA DI CARBONIO

Nel 2019, abbiamo condotto una valutazione del carbonio dello scopo 3, che copre tutte le nostre attività nel mondo. Questa valutazione, effettuata con la società di consulenza I Care and Consult, ci ha permesso di prendere chiaramente coscienza delle nostre emissioni di CO² e di capire la loro distribuzione nella nostra attività.

Questo ci ha permesso di valutare il volume totale delle nostre emissioni a 2,8 milioni di tonnellate per l'anno 2018, e più precisamente di misurare l'impatto molto significativo che i nostri prodotti hanno su queste emissioni, durante il loro ciclo di vita.

- Produzione e fabbricazione di materie prime presso i nostri fornitori: 2,1 milioni di tonnellate di CO² equivalente, cioè il 77% delle nostre emissioni totali.
- L'uso del prodotto da parte del consumatore e il suo fine vita: il 5% delle nostre emissioni stimate.

Questa valutazione evidenzia anche la piccola quota di trasporto dei nostri prodotti nelle nostre emissioni di gas serra: solo il 3% dei nostri impatti. Stiamo comunque lavorando per migliorare questo perimetro, poiché ci sono grandi differenze tra i vari modi di trasporto a nostra disposizione.

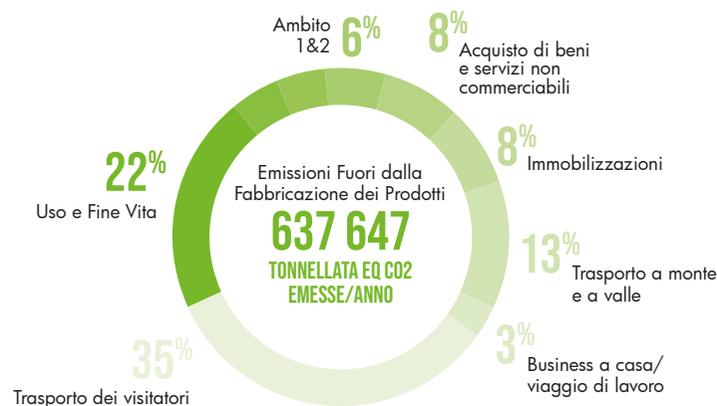
Infine, abbiamo misurato l'impatto del trasporto dei nostri clienti ai nostri negozi sulla nostra impronta di carbonio.

Fonte Bilan carbone scope 3 exercice 2018, I Care and consult (metodo Ademe)

77% DEGLI IMPATTI LEGATI ALLE MATERIE PRIME
E ALLA PRODUZIONE DI PRODOTTI



FOCUS SULLE EMISSIONI PRODUZIONI
DI PRODOTTI ESTERNI



PROMEMORIA DELLA NOSTRA STRATEGIA CSR :

La nostra strategia di RSI tiene conto di questi elementi e fissa i seguenti obiettivi principali :

	OBIETTIVI
L'uso di fibre tessili più sostenibili nei nostri prodotti	100% NEL 2025
L'implementazione di processi più efficienti in termini di vapore ed energia	100% DI LAVAGGIO ECOLOGICO PER I NOSTRI DENIM NEL 2023
Ridurre la quota del nostro traffico aereo	2% MASSIMO NEL 2025
Ridurre il consumo di energia nei nostri siti europei	-3% ALL'ANNO ENTRO IL 2025

Estratti dalla strategia RSE di KIABI, anno 2020



PER ANDARE OLTRE, UN BILANCIO BIODIVERSITA' GLOBALE

Nel 2020-2021, volevamo spingerci oltre e abbiamo completato il nostro bilancio di carbonio con uno sulla biodiversità globale sulla base dell'attività del 2019, svolta anche con l'ente I Care and Consult.

Questo ci ha permesso di identificare i principali rischi che il nostro business produce sulla biodiversità, e di aggiornare alcuni dei nostri piani d'azione per la CSR. Alcune azioni sono ancora in fase di definizione.

	1 PRODUZIONE DI MATERIALE GREZZO	2 PROCESSO DI TRASFORMAZIONE	3 DISTRIBUZIONE	4 USO	5 FINE DELLA VITA
DEGRADAZIONE DELL'HABITAT	Cambiamento dell'uso del suolo per la coltivazione del cotone e l'estrazione dell'olio consumo di acqua per il cotone	Consumo di Acqua per Tintura e Filatura	Artificializzazione relativa ai negozi	Consumo di acqua per il lavaggio	Uso del suolo in discarica
CAMBIAMENTO CLIMATICO	Energia usata per la produzione di fibre	Emissioni GHG da processi di lavorazione	Trasporto di visitatori e clienti Emissioni di GHG legate al trasporto di prodotti finiti	Emissioni GHG da Lavaggio ed Asciugatura vestiti	Emissioni GHG da Incenerimento
POLLUTIONS	Uso di fertilizzanti e pesticidi per la produzione di cotone	Inquinamento delle acque legate al procedimento di tinture e filatura	Emissioni di NOx e di particelle fini associate ai trasporti	Inquinamento delle acque legate al Rilascio di microplastiche e ad altri inquinanti legati alla procedura di trasformazione durante il lavaggio	Perdita di liquidi
OLTRE L'ESPLORAZIONE DELLE RISORSE BIOLOGICHE	Raccolta insostenibile della polpa di legno				
SPECIE INVASIVE	(trasporto marittimo) di specie aliene invasive	(trasporto marittimo) di specie aliene invasive	(trasporto marittimo) di specie aliene invasive		



Dalla produzione di materie prime alla trasformazione in prodotti finiti, i nostri prodotti hanno un impatto negativo sugli habitat, accelerano il cambiamento climatico e generano inquinamento.



PRESSIONE 1: DEGRADO DELL'HABITAT

La produzione di materie prime, in particolare il cotone, occupa grandi aree di terreno agricolo e quindi ha un impatto sulla biodiversità a livello locale.

La nostra valutazione della biodiversità ha fornito l'opportunità di misurare che l'impatto dell'impronta dei nostri negozi rappresenta solo una parte molto piccola del nostro impatto sull'habitat, a differenza di quello della catena a monte dei nostri prodotti.



PRESSIONE 2: ACCELERAZIONE DEL CAMBIAMENTO CLIMATICO

La produzione convenzionale di fibre naturali come il cotone, fibre artificiali come la viscosa e fibre sintetiche come il poliestere e la poliammide consuma molti combustibili fossili, che sono la causa delle emissioni di gas serra. Nella lavorazione dei materiali, sono soprattutto la tintura e il lavaggio a incidere su questo indicatore.



PRESSIONE 3: AUMENTO DELL'INQUINAMENTO (ACQUA, SUOLO, ARIA)

La produzione di cotone nei campi inquina anche il suolo e l'acqua attraverso l'uso intensivo di fertilizzanti e pesticidi. Le successive trasformazioni in filato, tessuto e infine tintura consumano acqua e prodotti chimici. Queste fasi di fabbricazione generano una diminuzione della biodiversità, delle emissioni di CO² e dell'inquinamento dell'acqua dolce.

AZIONI CONCRETE PER RIDURRE IL NOSTRO IMPATTO SULLA BIODIVERSITÀ

Sulla base di questi risultati, abbiamo scritto dei piani d'azione che aggiorniamo a seconda dell'entità delle pressioni che la nostra attività industriale esercita sulla biodiversità.

PIANI D'AZIONE E OBIETTIVI

PRESSIONE	PIANO D'AZIONE	SCADENZA
Degrado del l'habitat	Sostituire le nostre materie prime tessili con fibre più sostenibili (organiche, riciclate, più innovative) Offrire tutti i nostri tessuti standard in versione sostenibile e quantificare il loro impatto per aiutare nel processo decisionale	2025
	Sviluppare cicli di riciclaggio tessile (aperti o chiusi) e utilizzare filati provenienti dai nostri prodotti a fine vita	2025
	Ridurre il numero di accessori sui nostri prodotti, sostituendoli con altri più durevoli	2023
	Ridurre il taglio e le perdite di produzione rivedendo il taglio, la sartoria e altri metodi	2023 al 2030
	Estendere la vita dei nostri prodotti attraverso le nostre materie prime, la nostra produzione	2025 al 2030
Cambiamento climatico e inquinamento	Promuovere processi di produzione (tintura, stampa, lavaggio) che risparmiano energia, acqua e prodotti chimici	2025 al 2030
	Identificare i canali di riciclaggio dell'acqua per le fabbriche che consumano acqua (tintura, stampa, lavaggio)	2023
	Incoraggiare i nostri fornitori a seguire una certificazione di gestione ambientale ISO 14001 per le loro fabbriche	2023
	Sviluppare materiali di sensibilizzazione per i nostri clienti: fogli di consigli di manutenzione intelligente	2022
	Rivedere i nostri pacchetti di consegna sul web	2025

PER ANDARE OLTRE: FORMAZIONE E GRUPPI DI LAVORO

La sensibilizzazione e la formazione dei nostri team sul tema della produzione responsabile è un punto centrale della nostra strategia CSR, integrata nel nostro Learning sulla strategia CSR (e-learning 2021) e materiali più sostenibili (e-learning disponibile nel 2022).

Abbiamo anche proposto un webinar ai dipendenti francesi e portoghesi nel marzo 2021 per spiegare le nostre principali pressioni ambientali e il nostro approccio di riforestazione.

Con l'obiettivo di far progredire l'intero settore tessile, partecipiamo a gruppi di lavoro multi-aziendali per:

- Ridurre, riutilizzare, riparare, riciclare i tessuti con Refashion*, dal 2019
- Misurare la nostra traiettoria di carbonio (attraverso il metodo ACT) con ADEME*, dal 2020
- Implementare l'etichettatura ambientale sui nostri prodotti tessili con ADEME* e l'UE, dal 2020
- Migliorare la tracciabilità dei nostri prodotti con il Comité Filière Mode et Luxe*/Ministero dell'Industria, dal 2021
- Migliorare la raccolta e il riciclaggio del settore tessile in Francia con la scuola di ingegneria Estia e Cetia, dal 2021

La nostra valutazione mostra che il nostro impatto di carbonio nell'ambito 3 (materie prime, lavorazione dei prodotti, trasporto, consumo energetico dei nostri siti) è diminuito, ma anche che dobbiamo continuare le nostre azioni per un miglioramento continuo.

In effetti, i nostri risultati sono insufficienti per rispettare gli obiettivi degli accordi di Parigi (limitare il riscaldamento globale a un massimo di +2°C entro il 2050).

Continuiamo a sfidare le nostre strategie di materiali, produzione e imballaggio per andare ancora oltre nella riduzione del nostro impatto di CO².



CICLO DI VITA DEL PRODOTTO

DESIGN DEL PRODOTTO

ECO-DESIGN, CHE COS'È?

Da KIABI, il nostro lavoro è immaginare, prototipare e sviluppare vestiti alla moda e accessibili a tutti. Il design dei nostri prodotti deve essere il più sostenibile possibile limitando il nostro impatto sul pianeta.



Un prodotto è considerato eco progettato se viene intrapresa almeno un'azione importante per limitare la sua impronta ambientale, qualunque sia la fase del suo ciclo di vita. Queste azioni possono essere legate all'uso di materiali più sostenibili, così come a processi di trasformazione più responsabili.

MATERIE PRIME PIÙ SOSTENIBILI

Una migliore selezione delle materie prime è la principale leva che abbiamo usato dal 2018 per limitare il nostro impatto ambientale. Per esempio, nel 2021 abbiamo integrato nelle nostre collezioni più materie prime prodotte in modo sostenibile.

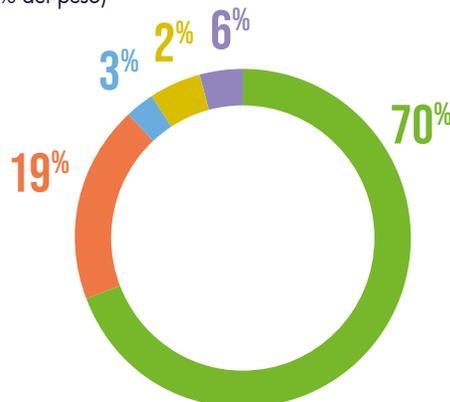
Il cotone e il poliestere costituiscono la maggior parte delle materie prime utilizzate nelle nostre collezioni, seguiti dalla viscosa e dalla poliammide. La nostra ambizione è di continuare a mantenere questo equilibrio di materiali - noti per la loro morbidezza, resistenza e praticità - nelle nostre collezioni, ma di optare gradualmente per le loro alternative più sostenibili (cotone organico, cotone riciclato, poliestere riciclato, viscosa EcoveroTM, ecc.), fino a raggiungere il nostro obiettivo del 100% di materiali tessili più sostenibili entro il 2025.

Le alternative considerate più sostenibili dalla KIABI sono quelli che risparmiano energia, acqua, prodotti chimici e limitano l'inquinamento delle acque e il degrado degli habitat e degli ecosistemi della fauna selvatica.

MATERIALE TESSILE	QUALITÀ DEL PRODOTTO	QUESTIONI AMBIENTALI	SOLUZIONI PIÙ SOSTENIBILI A BREVE TERMINE	SOLUZIONI PIÙ SOSTENIBILI A LUNGO TERMINE
Cotone	<ul style="list-style-type: none"> Dolce Assorbente Durevole nel tempo Traspirante 	<ul style="list-style-type: none"> Consumo d'acqua molto alto Uso di prodotti chimici, pesticidi, OGM 	<ul style="list-style-type: none"> Cotone BCI : cotone che limita l'uso di acqua e pesticidi Cotone biologico : coltivato senza pesticidi, con fertilizzanti naturali e un uso più razionale dell'acqua Cotone di transizione: stesse tecniche del cotone biologico, ma non ancora certificato biologico Cotone riciclato : utilizzo di scarti di produzione o di prodotti di cotone a fine vita per ricreare un filato che incorpora 20% di cotone riciclato 80% di cotone vergine, disponibile per nuovi capi Altri materiali naturali: lino e canapa, materiali che sono più economici con acqua e prodotti chimici 	<ul style="list-style-type: none"> Altre partnership per il cotone: Cotone OCA, cotone Fair Trade, cotone Max Havelaar Aumentare la percentuale di cotone riciclato nei nostri prodotti Cotone senza suolo: studio sulla possibilità di coltivare il cotone in laboratorio con un basso consumo di acqua, senza pesticidi, senza prodotti chimici, senza impatto sul suolo
Poliestere Poliammide	<ul style="list-style-type: none"> Resistente Leggero, di facile manutenzione 	<ul style="list-style-type: none"> Consumo di energia fossile non rinnovabile Uso di prodotti chimici tossici Diffusione di microparticelle di plastica durante il lavaggio domestico 	<ul style="list-style-type: none"> Plastica riciclata fino al 100% della composizione del prodotto: utilizzo di ritagli di produzione, plastica a fine vita o bottiglie di plastica di scarto 	<ul style="list-style-type: none"> Materiali cellullosici innovativi come Pinatex, caseina del latte, viscosa di cotone riciclata
Viscosa	<ul style="list-style-type: none"> Traspirante Assorbente Dolce 	<ul style="list-style-type: none"> Uso di molti prodotti chimici 	<ul style="list-style-type: none"> Materiali di viscosa più sostenibili: Lyocell / TencelTM / Eco VeroTM : solventi non tossici nella fase di lavorazione e 97% riciclato 	<ul style="list-style-type: none"> Viscosa sostenibile riciclata e riciclabile

QUOTA DEI MATERIALI PRINCIPALI NEI NOSTRI ARTICOLI TESSILI

acquistato per le collezioni estive e invernali 2021 (in % del peso)



■ Cotone ■ Poliestere ■ Viscosa ■ Poliammide ■ Altro

Nel 2020: 67% cotone, 19% poliestere, 2% poliammide e 12% altri

SITUAZIONE NEL 2021

63,5%

DI FIBRE PIÙ SOSTENIBILI
NELLA NOSTRA OFFERTA
TESSILE

OBIETTIVO 2025

100%

MATERIE PIÙ SOSTENIBILI
NELLA NOSTRA OFFERTA
TESSILE

*Tutti i nostri indicatori di eco-design escludono prodotti, accessori e calzature non di marca KIABI.

QUAL È IL RUOLO DEL TEAM DEI MATERIALI?

Il ruolo del mio team è triplice: garantire la qualità dei materiali utilizzati nei nostri prodotti, tenere sotto controllo le innovazioni e, infine, assicurarsi l'approvvigionamento di materie prime, in particolare di cotone biologico.

Siamo quindi protagonisti dell'eco-design in KIABI.

Consapevoli dell'impatto ambientale dei nostri prodotti, e in particolare delle materie prime, stiamo lavorando dal 2018 in stretta collaborazione con i team interni e i fornitori sulla scelta di materie prime più sostenibili. Il risultato: materiali più responsabili a prezzi interessanti per i nostri clienti.

Il nostro team sui materiali offre ai product manager e agli stilisti una galleria di «materiali indicati» da utilizzare nelle nostre Collezioni.



Virginie Cayzele
Responsabile dei Materiali

Nel 2021, abbiamo intensificato i nostri sforzi per sensibilizzare le squadre coinvolte nel design dei prodotti attraverso le nostre azioni quotidiane e la creazione di un corso di formazione dedicato ai materiali sostenibili. Questa formazione sarà disponibile per tutti i dipendenti KIABI nel 2022, compresi i negozi.

Continueremo a costruire su questo slancio nel 2022 con due nuovi obiettivi: assicurare le nostre forniture e limitare l'impatto della crisi globale del cotone biologico.

L'aumento del prezzo delle materie prime e il contesto internazionale ci impongono di adattarci.

CONCENTRARSI SULLA TRACCIABILITÀ: DA DOVE VENGONO LE FIBRE DEI NOSTRI VESTITI?

Fino ad oggi, i regolamenti europei non richiedono che l'origine delle fibre tessili sia indicata sulle etichette dei vestiti. Siamo solo obbligati a indicare la composizione delle fibre di ogni prodotto, così come il «made in», che si riferisce solo all'ultima fase di fabbricazione del prodotto. Tuttavia, questi due elementi non forniscono alcuna informazione sull'origine dei materiali o sulle diverse fasi di produzione dell'indumento.

Se prendiamo l'esempio del cotone, che rappresenterà il 70% dell'approvvigionamento di KIABI nel 2021, sappiamo solo parzialmente da dove proviene: a seconda dei volumi di raccolto e, più in generale, della volatilità del mercato, i fornitori di materiali si riforniscono da diverse fonti in tutto il mondo e mescolano le fibre nella produzione.

ACCELERAZIONE DEL COTONE BIOLOGICO

Per KIABI questo rappresenta:



- Più di 3000 tenute dedicate in India e quindi una tracciabilità del cotone da parte di questi agricoltori
- 500 tonnellate di cotone in conversione per le nostre collezioni 2023
- La garanzia di uno stipendio superiore del 10% più alto del mercato per gli agricoltori coinvolti

Siamo consapevoli di questa mancanza di informazioni e stiamo lavorando con i nostri fornitori per rendere questa catena più trasparente per i nostri clienti. Nel 2021, non possiamo garantire la tracciabilità di tutti i nostri prodotti, ma siamo in grado di tracciare alcuni materiali utilizzati nella loro composizione. Per esempio, le fibre organiche, in transizione verso il biologico e le fibre riciclate sono regolate da severe certificazioni che ci permettono di tracciare la catena del valore e conoscerne la tracciabilità. Abbiamo anche aderito all'OCA (Organic Cotton Accelerator) nel 2021 per incoraggiare gli agricoltori a perseguire la coltivazione del cotone biologico, per beneficiarne nelle nostre collezioni entro il 2023 e per tracciare meglio il cotone di queste aziende.

TRACCIABILITÀ

La tracciabilità di un prodotto si riferisce a tutte le informazioni che ci permettono di conoscere la sua composizione in ogni fase del suo ciclo di vita: produzione, trasformazione fino alla sua distribuzione al consumatore finale o anche il suo fine vita. La tracciabilità rappresenta uno dei pilastri dell'industria tessile.





FOCUS SUI MATERIALI: IL COTONE SOSTENIBILE NELLE NOSTRE COLLEZIONI

L'uso del cotone biologico nelle nostre collezioni, soprattutto nei prodotti per neonati, bambini e biancheria intima, ha raggiunto il 51% del peso dei materiali tessili utilizzati. Tuttavia, negli ultimi due anni, la domanda di cotone biologico è esplosa, portando ad un aumento del prezzo della fibra di circa l'85% tra il 2021 e il 2020. La quota di cotone biologico nelle collezioni del 2021 non è quindi rappresentativa delle stagioni successive. Così, a partire dal 2022, il cotone in conversione sarà introdotto nei nostri prodotti permettendo una strategia di diversificazione e incoraggiando la coltivazione del cotone biologico.

LO SAPEVI?

COTONE IN CONVERSIONE

Le fibre di cotone in conversione sono coltivate secondo processi che portano progressivamente all'agricoltura biologica. I contadini in conversione lavorano per terreni naturalmente sani, senza prodotti chimici tossici, né OGM.



PIÙ MATERIALE RICICLATO

L'integrazione di materiali riciclati nelle nostre collezioni è un'opzione interessante per ridurre il nostro impatto sull'ambiente. Infatti, utilizzare materiali esistenti limita lo spreco di risorse naturali, l'uso di prodotti chimici e riduce la nostra dipendenza dal petrolio. Così, includiamo nelle nostre collezioni materiali riciclati come poliestere, poliammide e altri materiali sintetici. Queste fibre recuperate dagli scarti della produzione tessile, dagli abiti usati o dalle bottiglie di plastica possono essere utilizzate nella composizione dei nostri capi fino al 20% per il cotone e fino al 100% per alcuni prodotti sintetici.

SITUAZIONE NEL 2021

5%

DELLA NOSTRA GAMMA È FATTA
DI MATERIALI RICICLATI RISPETTO
(all'1% del 2020)

FOCUS DEL PROGETTO: KIABI DENIM IN COTONE RICICLATO: DENIM PIÙ RESPONSABILE

Nel 2021, abbiamo aumentato notevolmente la nostra produzione di denim in cotone riciclato. Questo perché le proprietà dei materiali denim permettono di utilizzare il cotone riciclato più facilmente che in altre categorie di prodotti come le magliette. Entro il 2022, una parte della nostra offerta dei denim sarà circolare, cioè utilizzerà materiale riciclato dai denim dei nostri clienti e sarà riciclabile.

SITUAZIONE NEL 2021

15%

DI DENIM USA COTONE RICICLATO
(20% COTONE RICICLATO, 80% COTONE BCI
(contro l'1% nel 2020)



COTONE RICICLATO

Per garantire la qualità del filato, il filatore integra solo il 20% di cotone riciclato nel mix di fibre. I fornitori stanno lavorando su questo punto per aumentare la quota di fibre riciclate

LO SAPEVI?

FOCUS SULLA CIRCOLARITÀ: COME PROMUOVERE IL RICICLAGGIO DEI TESSILI MULTICOMPONENTE?

La mescolanza di materiali, l'aggiunta di accessori, ricami e disegni fantasiosi sui prodotti li rendono difficili da riciclare. Così, ad oggi, l'80% dei tessuti usati nell'Unione Europea non sono riciclati (secondo Fashion at the crossroads - Greenpeace International).

Anche se il riciclaggio non può compensare il danno ambientale causato dalla nostra industria, è parte della risposta. Si cominciano a creare canali di riciclaggio e molti attori tessili agiscono in questa direzione. Questo è anche il nostro caso.

SITUAZIONE NEL 2021

50,6%

DEI NOSTRI PRODOTTI
SONO MONOCOMPONENTE
E QUINDI PIÙ FACILMENTE RICICLABILE

PROCESSI DI PRODUZIONE ECOLOGICI

Oltre ad utilizzare materie prime più sostenibili nelle nostre collezioni, lavoriamo anche sui processi di produzione dei nostri capi per rendere il nostro design più ecologico ed economico con energia, acqua e prodotti chimici.

Nel 2021, l'attenzione si concentra sullo sviluppo di tre progetti per limitare l'impatto della nostra produzione tessile sul pianeta :

- 2 progetti sulla riduzione e il riutilizzo dei rifiuti tessili
- 1 progetto per limitare il consumo di acqua nei nostri lavaggi.

LO SAPEVI?

SCARTI TESSILI

In media nel mercato tessile, il 15% del tessuto necessario per fare un prodotto viene buttato via prima che l'indumento sia cucito, trasportato e venduto. Sulla scala di una produzione di 100.000 pezzi, questo è l'equivalente di 98.000 m2 scartati, o la superficie di 78 piscine olimpiche. La buona notizia è che possiamo ridurre questo spreco a 0 reinventando il modo in cui li progettiamo.



PROGETTO FOCUS: RIFIUTI ZERO: ABITI PROGETTATI SENZA RIFIUTI TESSILI

Nel 2021, KIABI ha creato e commercializzato il suo primo capo Zero Waste: una giacca a vento nata dalla collaborazione tra il nostro team di stilisti e modellisti e Mylène L'Orguilloux, esperta di Zero Waste e fondatrice del collettivo ZWDO (Zero waste design online). Forte di questa prima esperienza, i nostri team hanno continuato a sviluppare la nostra offerta «zero waste» con il lancio di un iconico little black dress pensato per tutta la famiglia, dai neonati agli adulti fino alla 3XL. Questo nuovo modello, basato sull'uso di un modello che non genera alcuno scarto di tessuto, è realizzato in crêpe di poliestere riciclato. Questo abito

è disponibile in edizione limitata dall'inizio del 2022. Dopo questi primi esperimenti, altri prodotti «low waste» saranno sviluppati nel corso del 2022 con l'obiettivo di ridurre della metà lo spreco di tessuto sui nostri prodotti principali.



FOCUS DEL PROGETTO: L'USO DEGLI SCARTI DI PRODUZIONE

Questo progetto mobilita i rivenditori di tessuti, i produttori di indumenti e i riciclatori in Bangladesh per creare insieme :

- Un modello economico circolare per i rifiuti della moda, catturando e reimmettendo i rifiuti tessili nella produzione di nuovi prodotti di moda.
- Un mercato azionario circolare della moda che permette per trovare soluzioni all'accumulo di scorte eccessive.

FOCUS DEL PROGETTO: IL PROCESSO DI LAVAGGIO ECOLOGICO CHE RICHIEDE MENO RISORSE

SITUAZIONE NEL 2021

80%

I DENIM SONO STATI OGGETTO
DI UN LAVAGGIO ECOLOGICO O MENO
IMPATTANTE PER L'AMBIENTE
(rispetto al 42% nel 2020)

OBBIETTIVO 2025

100%

DEI PRODOTTI CHE RICHIEDONO
UN LAVAGGIO TRATTATO TRAMITE
IL PROCESSO ECO-WASH.

7,2%

DI PRODOTTI CON LAVORAZIONE
A BASSO IMPATTO ACQUISTATI
(IN PEZZI)

(2,88% nel 2020)

Il progetto di eco-lavaggio è iniziato sui prodotti denim nel 2021.

Il principio? Definire un elenco rigoroso di criteri che i nostri lavaggi devono rispettare e applicarlo a tutti i nostri denim:

- Conduzione di un audit ambientale dell'impianto di lavaggio
- Uso di sostanze chimiche conformi alle norme REACH e AFIRM
- Utilizzo di una delle tecnologie elencate dal team di lavaggio Kiabi (laser, Eflow, G2 Ozone ecc.)

- Calcolo di un punteggio per misurare l'impatto del lavaggio tramite il software EIM (Environmental Impact Measurement)

Questi criteri di lavaggio saranno progressivamente applicati ad altre categorie di prodotti, ed entro il 2025 saranno applicati a tutti i nostri prodotti, comprese le magliette, i maglioni ecc.

TRASPORTO DI PRODOTTI

OTTIMIZZARE IL TRASPORTO DEI PRODOTTI

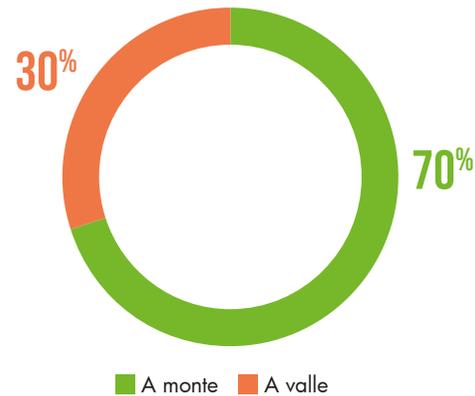
La maggior parte delle nostre forniture sono importate dall'Asia. Inoltre, i volumi forniti aumentano ogni anno (297 milioni di pezzi consegnati ai nostri magazzini nel 2021 contro 280 milioni nel 2020). Siamo quindi consapevoli dell'impatto del trasporto dei nostri prodotti, sia a monte che a valle, sulle nostre emissioni di CO².

Così, nel 2021, abbiamo aderito all'iniziativa FRET21 di ADEME con l'obiettivo di :

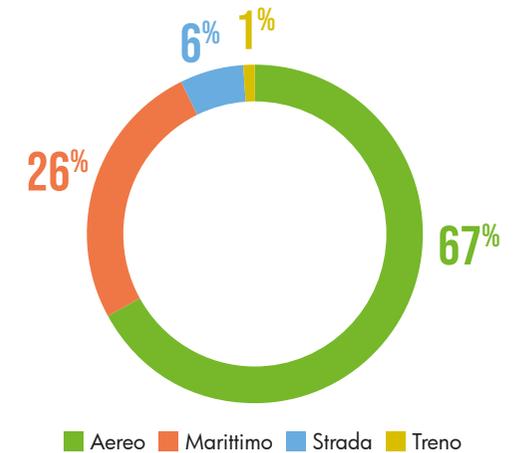
- Ridurre le nostre emissioni di carbonio legate al trasporto dei nostri prodotti di almeno il 5% in 3 anni, cioè 3.353 tonnellate di CO²
- Consentire la creazione di un ecosistema
 - con i partner di trasporto
 - con altri attori e imprese impegnati (condivisione di buone pratiche...)

Le nostre emissioni di gas a effetto serra legate al trasporto delle merci sono stimate sulla base dei dati Ademe a 67.090 T (esclusi i duty-free internazionali e il domicilio web per la parte del trasporto a valle) con la ripartizione indicata a fianco :

RIPARTIZIONE DELLE EMISSIONI DI GHG STIMATE A MONTE E A VALLE

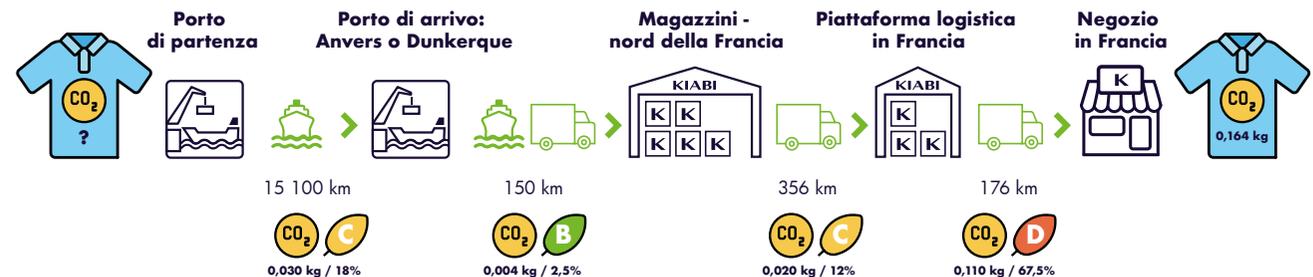


QUOTA DI STIME DELLE EMISSIONI GES PER TIPO DI TRASPORTO A MONTE



EMISSIONI DI CO² GENERATE PER IL TRASPORTO DI UNA T SHIRT, SECONDO IL TIPO DI TRASPORTO UTILIZZATO

Caso del trasporto marittimo a monte



Caso del trasporto aereo a monte



LO SAPEVI?

EMISSIONI DI GAS SERRA PER TIPO DI TRASPORTO

Ecco alcune nozioni sull'impatto delle emissioni di gas serra per tipo di trasporto:

- I trasporti marittimi, fluviali e ferroviari sono i meno impattanti in termini di CO² per tonnellata/km
- Il trasporto aereo è 5 volte più impattante in CO² rispetto al trasporto su strada ed è anche molto più costoso.



TRASPORTO A MONTE

Il nostro principale modo di trasporto in entrata è il trasporto merci. Ma usiamo anche altri mezzi di trasporto, come l'aereo e il treno dalla Cina all'Europa.

Per il trasporto tra i porti europei e i nostri magazzini optiamo per il trasporto su strada e il trasporto multimodale quando possibile (chiatta + treno).

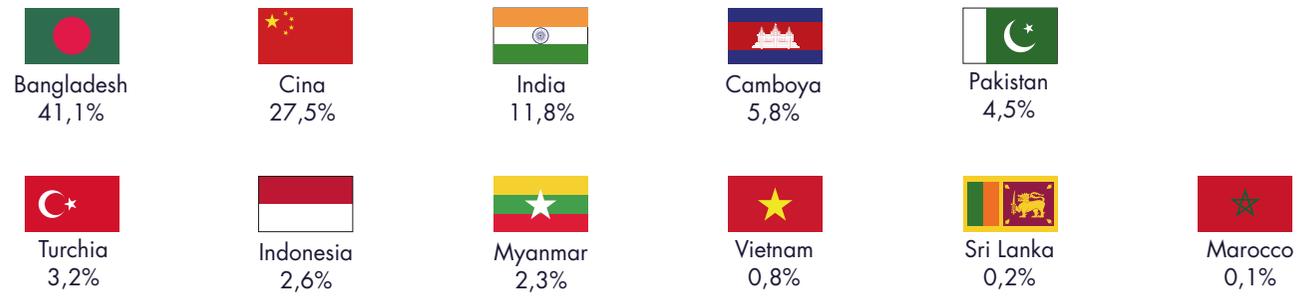
I prodotti provenienti dall'Europa, dalla Turchia o dal Nord Africa sono trasportati in camion.

Puntiamo a ridurre le modalità di trasporto più energivore e meno pulite a favore di quelle più responsabili. Tuttavia, per il 2021, la crisi sanitaria (che ha causato ritardi nei fornitori) e la crisi globale delle spedizioni non ci hanno permesso di raggiungere gli obiettivi fissati internamente.

A livello di fornitori, la situazione era più favorevole nel 2021 che nel 2020. Tuttavia, i ritardi di produzione hanno colpito il 38% degli ordini a causa di lock-in nei nostri paesi di approvvigionamento.

In seguito alla crisi economica mondiale nella prima metà del 2020, il trasporto internazionale è stato completamente sconvolto.

Questa disorganizzazione si è accentuata nel 2021 con la ripresa economica: i container non erano disponibili dove erano più necessari. I volumi da trasportare sono aumentati, ma l'infrastruttura non si è evoluta molto (numero di container, attrezzature portuali, ecc.). Questo ha generato una congestione dei porti all'origine in Asia e alla destinazione in Europa. Questo ha portato a un aumento del tempo di transito complessivo. Per essere consegnati in tempo, abbiamo quindi dovuto ricorrere al trasporto aereo per alcuni ordini.



GRANDE IMPORTAZIONE
95,6% di articoli

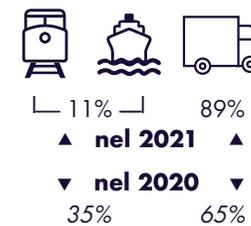
PAESE D'ORIGINE DELLA PARTENZA



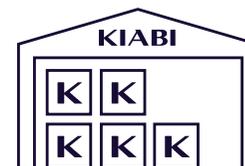
ARIA :
Non abbiamo raggiunto il nostro obiettivo interno del 6,1% nel 2021. Tuttavia, la diminuzione rispetto a N-1 ci permette di ridurre di 6500 eq t/ CO² (a quantità iso). I nostri obiettivi futuri rimangono gli stessi con una reale riduzione di questa modalità di trasporto : **4.5%** nel 2022, **3%** nel 2023, **2%** nel 2025 e **1%** nel 2030.

IMPORTATI IN EUROPA
4,4% di articoli consegnati

ARRIVO IN EUROPA



MULTIMODALE (CHIATTA + TRENO) :
forte diminuzione dell'uso di trasporto multimodale nel 2021 a causa dei ritardi delle navi.

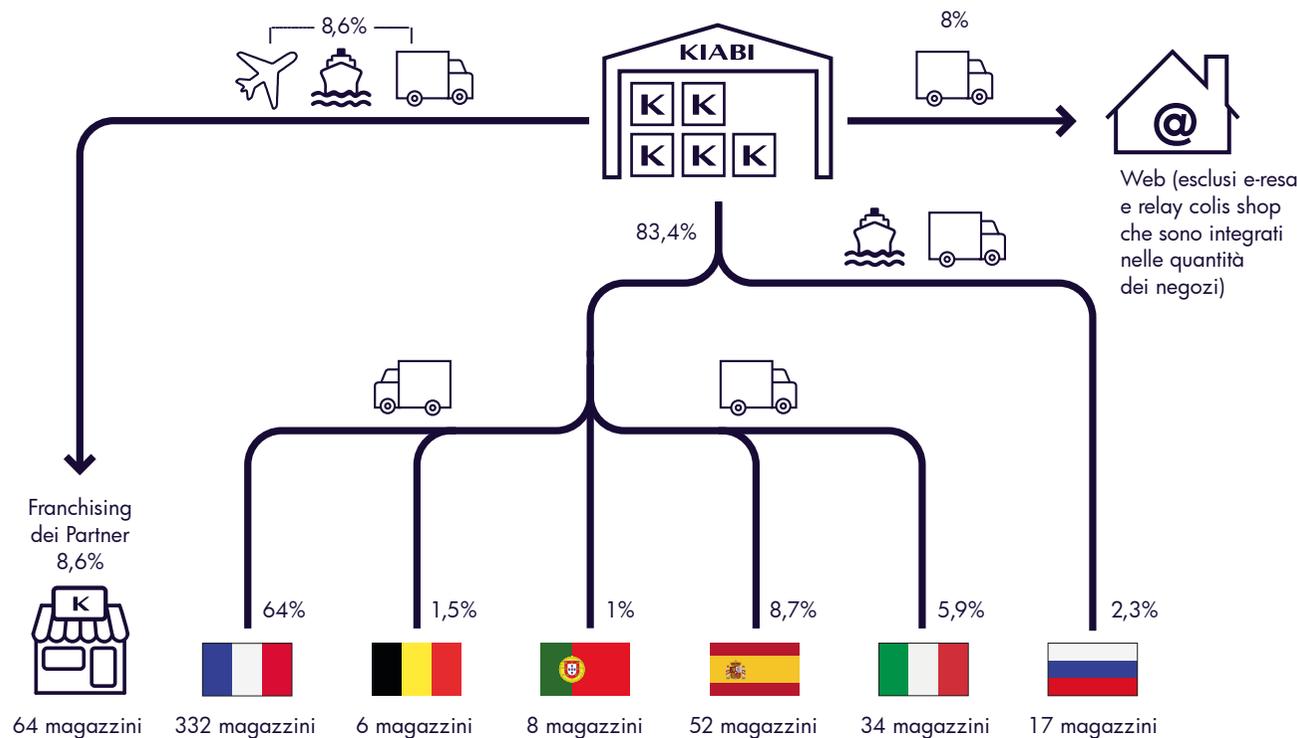


TRASPORTO A VALLE

Una volta che la maggior parte dei nostri prodotti arriva nei nostri magazzini logistici, vengono spediti ai nostri negozi e in quelli affiliati. Altri prodotti vengono spediti direttamente ai nostri clienti web.

Il trasporto a valle è principalmente su strada, o con un mix di camion o treno + nave per le destinazioni più lontane.

MEZZI DI TRASPORTO UTILIZZATI PER RIFORNIRE I NEGOZI KIABI E I NOSTRI CLIENTI WEB IN TUTTO IL MONDO, IN % DELLE QUANTITÀ DI PRODOTTI CONSEGNA TI



FOCUS: ALCUNE AZIONI CONCRETE DISPIEGATE SUL TRASPORTO A VALLE NEL QUADRO DI MERCI 21

- Una nuova piattaforma trasversale :

La creazione di una nuova piattaforma a Perpignan ha permesso di ridurre il numero di chilometri di avvicinamento e di distribuzione per 11 negozi situati nel Midi-Pyrénées e nel Roussillon. Questa nuova organizzazione, senza impatto sul negozio, permetterà di risparmiare più di 121 tonnellate di CO² all'anno (un guadagno di 25 tonnellate di CO² nel 2021).

OTTOBRE 2021



- Schieramento del primo tour OLEO100

OLEO100 è un carburante alternativo sostenibile, a base di olio COLZA «100% Made in France». Riduce le emissioni di CO² del 60% e le particelle fino all'80% rimanendo biodegradabile al 100% (guadagno 2021 di 27 tonnellate di CO²).

LUGLIO 2021



GESTIONE DELLE MERCI INVENDUTE

PREVISIONE E GESTIONE DEL NOSTRO INVENDUTO

La fine della vita dei nostri prodotti, compresa la merce invenduta, è una questione sociale e ambientale importante per noi.

Per ridurre il più possibile il volume di invenduto, la nostra prima azione consiste nell'affinare le nostre previsioni di vendita e l'assegnazione dei nostri prodotti per canale (negozi, web). Stiamo quindi investendo in strumenti per valutare il potenziale di vendita negozio/web in funzione dei nostri tassi di acquisto e delle specificità delle nostre aree di distribuzione. Questi calcoli ci permettono di stimare nel modo più preciso possibile il numero di pezzi da produrre e per ogni sito.

Tuttavia, alla fine della stagione, abbiamo ancora degli articoli invenduti, nonostante il fatto che si rinnovino da una stagione all'altra. Per le collezioni Inverno 20 ed Estate 21, la merce invenduta rappresenta l'1,3% della merce acquistata.

Stiamo sviluppando partnership di donazione con associazioni locali in Francia per permettere a tutti di essere vestiti con dignità.

- Dal 2018, offriamo i beni invenduti all'Agence du don en Nature, che li ridistribuisce alle associazioni francesi di interesse generale identificate attraverso la sua piattaforma collegata.
- Partecipiamo anche allo sviluppo dei negozi di solidarietà chiamati «Petit Magasin» in Francia. I nostri negozi danno loro la merce invenduta, che viene poi offerta ai più bisognosi a prezzi molto bassi.

SITUAZIONE NEL 2021

PIÙ DI 1

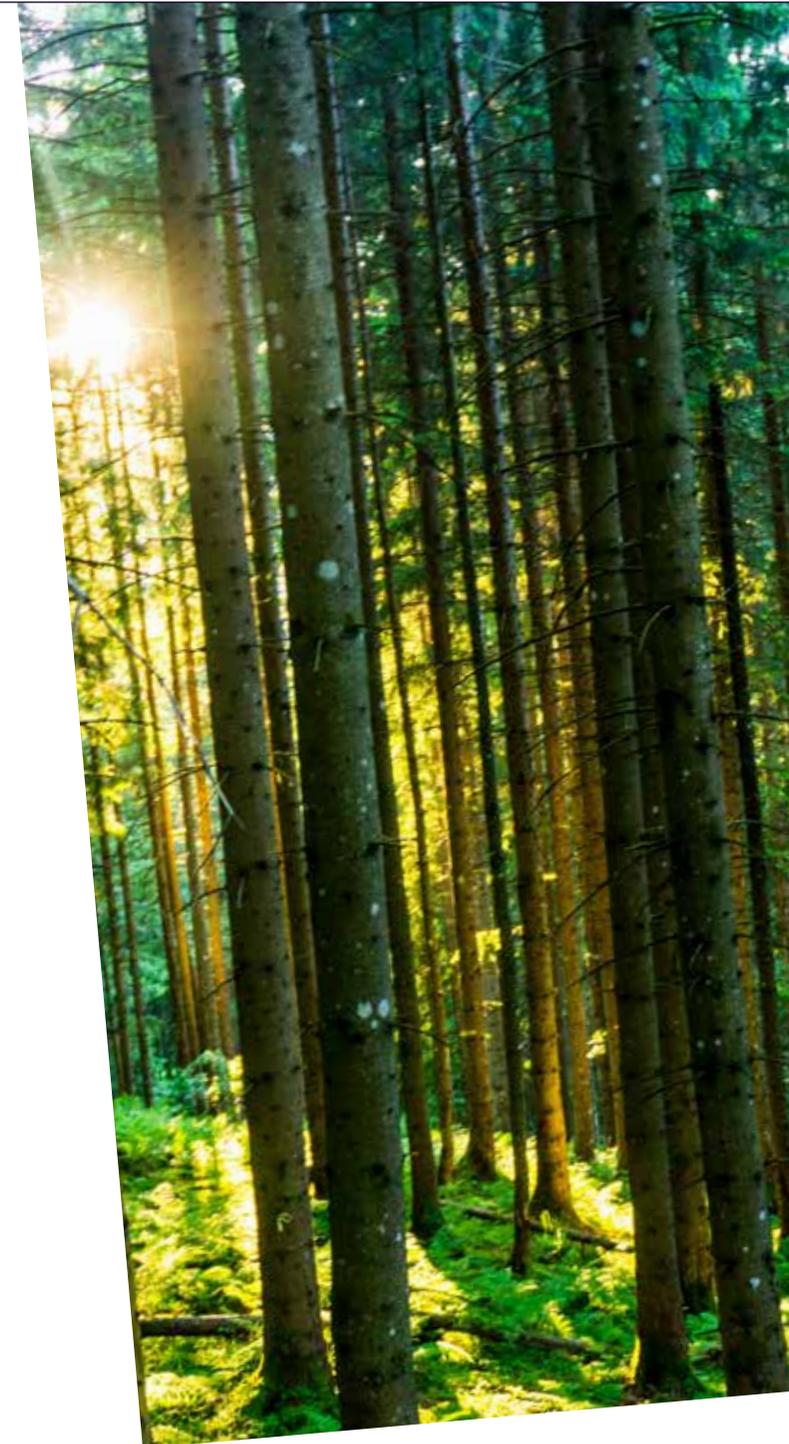
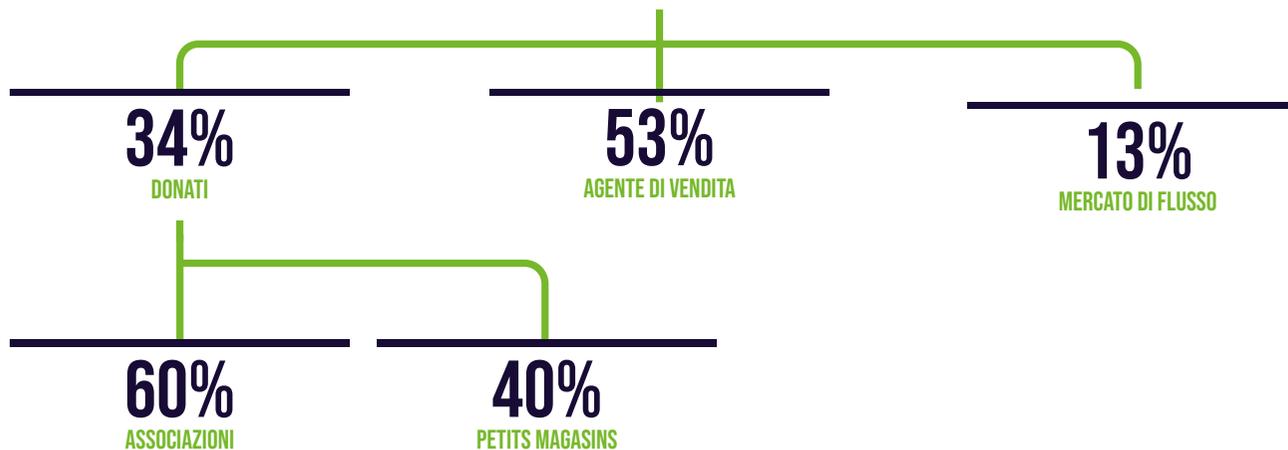
MILIONE DI PEZZI
DONATI
ALLE ASSOCIAZIONI
IN FRANCIA

o 34%

DEI NOSTRI BENI
INVENDUTI IN TUTTO
IL MONDO (ESCLUSA
L'AFFILIAZIONE
E FRANCHISING)

GLI ARTICOLI INVENDUTI PER L'ANNO 2021 SONO STATI DISTRIBUITI COME SEGUE :

INVENDUTI 2021





PRODOTTI A FINE VITA E LORO RICICLAGGIO

La fine del ciclo di vita dei nostri prodotti è una questione chiave per evitare lo scarico illegale o l'errata selezione da parte dei nostri clienti. Così, dal 2017, organizziamo da una a tre collezioni di abbigliamento, scarpe, accessori tessili o biancheria per la casa all'anno nei nostri negozi francesi con Le Relais. Queste azioni sono pianificate in momenti chiave dell'anno: quelli in cui i nostri clienti riordinano il loro guardaroba (cambio di stagione, back-to-school in particolare). I nostri team dei punti vendita hanno partecipato a queste azioni su base volontaria.

Nel secondo trimestre del 2020, abbiamo intensificato il nostro approccio e sperimentato la raccolta permanente di prodotti a fine vita attraverso terminali di donazione in 10 negozi pilota. Allo stesso tempo, abbiamo sensibilizzato i nostri clienti su questo gesto civico.

Il monitoraggio settimanale di questo esperimento ci ha permesso di affinare i messaggi da condividere con i nostri clienti e di adattare le dimensioni dei nostri corner per tutti i negozi in Francia. Questo servizio di raccolta permanente è stato implementato in tutte le nostre filiali dal 1° marzo 2021 e alcuni dei nostri affiliati si sono uniti a noi da settembre 2021.

I prodotti raccolti vengono poi riciclati dal nostro partner Le Relais o da partner locali.

Una volta raccolti, questi prodotti iniziano la loro seconda vita.

Secondo il nostro partner Le Relais sono :

- 26% riciclato in materiale
- 61% rivenduto come seconda mano
- 10% riutilizzato in stracci industriali
- Il restante 3% è usato come energia

Queste donazioni hanno creato una media di 3 posti di lavoro (Fonte : Le Relais).

Nel 2021, nonostante la crisi sanitaria, siamo riusciti a raccogliere 180 tonnellate di tessuti, biancheria per la casa e scarpe attraverso le raccolte in negozio e attraverso i bidoni di raccolta allestiti nei nostri parcheggi (per 119 tonnellate raccolte nel 2020).

SITUAZIONE

NEL 2021

OBIETTIVO 2025

180

TONNELLATE DI TESSUTI
E SCARPE RACCOLTE (EQUIVALENTE
A 0,6% DEI TESSILI
E SCARPE RACCOLTE SU TONNELLATE
IMMESSE SUL MERCATO NEL 2019)

(119 tonnellate nel 2020)

2000

TONNELLATE

FABBRICHE E CONFORMITÀ DEI PRODOTTI

CONFORMITÀ AMBIENTALE DELLE FABBRICHE: VIGILANZA SUL CONSUMO DI ACQUA

Dal 2018, stiamo evolvendo i nostri audit ambientali per renderli più completi e accurati, e formando i nostri team di conseguenza. Sono diretti prioritariamente verso i fornitori il cui processo industriale è qualificato come «processo umido», cioè significa che consumiamo molta acqua. Durante gli audit ambientali valutiamo in particolare:

- Gestione dell'acqua: approvvigionamento, consumo e gestione delle acque reflue
- Consumo di energia e fonti (rinnovabili o no)
- Gestione dei rifiuti (materie prime, tipo di prodotti chimici, fine vita)
- Emissioni nell'aria (solventi, ecc.)
- Disturbi locali (aria, rumore)
- Uso del suolo e biodiversità

SITUAZIONE NEL 2021

138 AUDIT AMBIENTALI EFFETTUATI CONTRO 90 NEL 2020

DI CUI 111 SULLE FABBRICHE CHE USANO PROCESSI UMIDI

74% DI IMPIANTI DI LIVELLO 2 CON PROCESSI AD ALTO CONSUMO D'ACQUA CONTROLLATI (46% nel 2020)

CONSUMO DI ACQUA NELL'INDUSTRIA TESSILE

I processi che consumano molta acqua nella nostra industria:

- Pretrattamento, tintura, stampa, lavaggio e lavaggio finale o lavaggio finale, fasi che permettono ai prodotti tessili di ottenere un aspetto, una sensazione e una funzione specifici.

I diversi impatti ambientali causati da questi trattamenti:

- alto consumo di acqua, uso di sostanze chimiche che inquinano l'ambiente locale.



QUESTIONI AMBIENTALI NELLE FASI DI PROGETTAZIONE DEL PRODOTTO



(Fonte: Guida alla lavorazione a umido di Solidaridad)

CONFORMITÀ DEL PRODOTTO: VIGILANZA COSTANTE

Ogni feedback dei clienti che ci viene inviato, sia attraverso i negozi che attraverso il nostro servizio clienti, viene studiato con grande attenzione: ogni segnalazione di un guasto del prodotto che potrebbe compromettere la salute o la sicurezza dei nostri clienti viene direttamente trasmessa al nostro dipartimento di assicurazione qualità. Viene presa in considerazione entro 24 ore. A seconda della situazione analizzata, il prodotto difettoso può essere inviato a un laboratorio indipendente per verificarne la conformità fisica e gli standard chimici su tutti i nostri mercati di distribuzione. Nei rari casi in cui viene dimostrata una non conformità che potrebbe causare un rischio per la salute e la sicurezza del cliente, viene lanciata una procedura di richiamo del prodotto direttamente ai nostri clienti e tramite una piattaforma europea. Il prodotto viene immediatamente ritirato dalla vendita. Questo ritiro viene anche monitorato per garantire che sia attuato correttamente. Le allergie rimangono la principale causa di rischio di infortunio identificata in KIABI. Abbiamo predisposto piani d'azione specifici e piani di miglioramento continuo per limitare questi rischi: essi coinvolgono tutti gli attori della catena, dall'approvvigionamento, passando per la progettazione e lo sviluppo, fino alla produzione nelle fabbriche.

SITUAZIONE NEL 2021

48 PRODOTTI CHE SONO STATI OGGETTO DI UN ALLARME CLIENTI (39 nel 2020)

E 15 PRODOTTI RITIRATI DALLA VENDITA (12 nel 2020)

1 RICHIAMO PRODOTTO

QUALI TIPI DI RAPPORTI PER KIABI?



Abbiamo identificato 4 tipi di segnalazioni: lesioni, ingestione di una piccola parte staccabile, rischio legato ai lacci (prodotti per bambini), allergia.

PUNTI SALIENTI 2021 :

Nel 2021, abbiamo tre grandi progetti per garantire la sicurezza dei nostri clienti :

- **Ottenere la certificazione :** Dal 2021 la KIABI offre la fiducia STANDARD 100 by OEKO-TEX® nei prodotti tessili per l'intimo e la lingerie, prodotti per la notte, prodotti per bambini e magliette. Questa etichetta è rilasciata da un organismo indipendente e garantisce un livello di sostanze chimiche nocive nei nostri prodotti certificati che è al di sotto dei limiti pericolosi per la salute degli utenti. Desiderando andare oltre nella sicurezza dei suoi clienti, KIABI ha ottenuto una propria certificazione (visibile dal 2023) e si impegna ad aumentare ogni anno la percentuale di prodotti certificati nelle nostre collezioni.
- **Sviluppo della formazione :**
 - Formazione delle squadre di raccolta sui rischi per la salute e la sicurezza
 - Implementazione dell'e-learning che spiega le basi della salute e della sicurezza, accessibile a tutti i Kiaber
 - Formazione sulla gestione dei prodotti chimici per i nostri team tecnici nelle sedi francesi e asiatiche
- **Implementazione della Sostanze Controllate List (RSL) con i nostri fornitori :** Questa lista contiene i prodotti chimici e le sostanze che sono limitati o proibiti per la fabbricazione di prodotti tessili finiti per la casa, abbigliamento e calzature.

VERSO UN CONSUMO PIÙ RESPONSABILE

L'uso dei nostri prodotti da parte del consumatore consuma energia. Pertanto, ci sforziamo di rendere i nostri clienti il più possibile consapevoli dell'uso, della cura e della fine della vita dei nostri vestiti, al fine di condurli verso un consumo più responsabile.

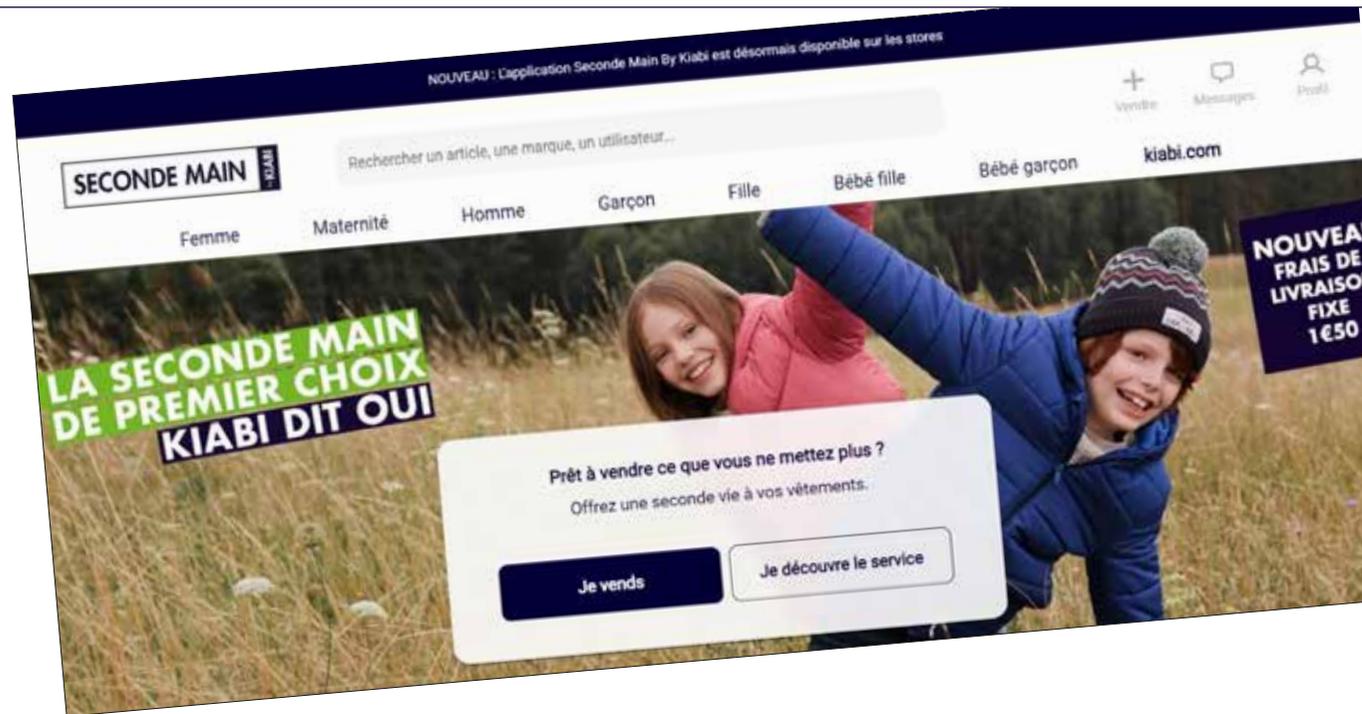
ISTRUZIONI DI MANUTENZIONE OTTIMIZZATE

L'analisi del ciclo di vita dei nostri prodotti mostra che, oltre al loro design, anche i cicli di manutenzione, lavaggio e stiratura e/o asciugatura, presso il consumatore hanno un impatto sull'ambiente.

Il lavaggio, l'asciugatura e la stiratura consumano energia, acqua e detersivi. Per misurare l'impronta ambientale, abbiamo modellato questo utilizzo sulla base di 30 lavaggi, 15 asciugature e 15 stiri.

Dal 2017, cerchiamo di sensibilizzare i nostri clienti a questo problema: in negozio, un supporto scritto suggerisce di lavare meno caldo e asciugare in piano per evitare di stirare e asciugare in asciugatrice. La maggior parte dei nostri prodotti riporta direttamente le nostre istruzioni di lavaggio, con una raccomandazione di 30°C. Questo vale per la grande maggioranza dei prodotti venduti nel 2021.

Oltre a limitare il consumo di acqua, detersivi ed energia, questo cambiamento nel modo di curare i vestiti ne prolunga la durata.



ANGOLI E UN SITO WEB DEDICATO ALL'USATO

La seconda vita dei prodotti è una delle strade che stiamo esplorando. Per permettere ai nostri clienti di consumare prodotti di seconda mano, di marca KIABI o di altre marche, abbiamo lanciato i nostri primi corner dell'usato nell'agosto 2020 nei nostri negozi francesi, in collaborazione con la società Patatam. Entro la fine del 2020, erano stati allestiti 6 corner «pilota».

SITUAZIONE NEL 2021

39

CORNER DI SECONDA MANO
(31 IN FRANCIA, 5 IN SPAGNA,
2 IN ITALIA, 1 IN BELGIO)

Da dicembre 2020, il nostro sito seconda mano by Kiabi permette ai clienti di vendere e comprare capi di seconda mano di tutte le marche tra privati. Il sito funziona e offre un ulteriore vantaggio al cliente: il venditore può scegliere di ricevere l'importo delle sue vendite tramite bonifico bancario o di ottenere un buono per l'importo delle sue vendite + 20%, da spendere presso KIABI.

NOLEGGIO DI ABITI PREMAMAN

Nel giugno 2021 in Francia, abbiamo offerto ai nostri clienti un servizio di noleggio online di abiti premaman. Questo perché questi indumenti sono di solito indossati per un periodo di tempo relativamente breve e rimangono in ottime condizioni. Possono quindi essere facilmente riutilizzati piuttosto che riciclati. Dopo 9 mesi di funzionamento questo servizio è stato interrotto nel febbraio 2022 per essere riprogettato con un migliore servizio al cliente e, per quanto possibile, con un minore impatto ambientale, dato che il trasporto dei pacchi era troppo elevato dal punto di vista economico e ambientale. Un nuovo servizio sarà lanciato nel 2022.

UN ALBERO PIANTATO PER OGNI BUONO BEBE' APERTO

KIABI è partner di Reforest' action dal 2020. L'obiettivo di questa collaborazione è quello di ripristinare gli habitat locali (foresta, mangrovie, ecc.) attraverso la piantagione di alberi.

LO SAPEVI?

REFOREST'ACTION

Specialista del Green, Reforest' Action è una società francese certificata B Corp fondata nel 2010. La sua missione è quella di preservare, ripristinare e creare foreste in tutto il mondo per sviluppare i loro molteplici benefici ambientali, sociali ed economici.

Grazie al suo modello unico di «crowdplanting», l'azienda ha finanziato più di 20 milioni di alberi in 40 paesi grazie all'impegno di 3.000 aziende e 300.000 cittadini.

*Il crowdplanting è un approccio di finanziamento partecipativo presentato a cittadini, comunità e imprese per ripristinare gli ecosistemi forestali.



La nostra partnership consiste nel finanziare la piantumazione di un albero per ogni nuovo buono bebè* aperto durante l'anno in ognuno dei nostri Paesi.

*Il buono bebè KIABI è un salvadanaio virtuale offerto ai futuri genitori. Il suo obiettivo è di permettere loro di guadagnare il 10% degli acquisti fatti nei reparti maternità e bebè e di aumentare così il loro potere d'acquisto.

FOCUS DEL PROGETTO: 2 PROGETTI FARO SOSTENUTI INSIEME ALLA RIFORMAZIONE:

- Ripristino delle foreste nell'Himalaya orientale e sviluppo delle foreste in India

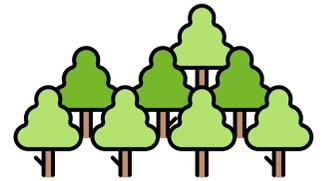


- Ripristino delle mangrovie (Sumatra, Indonesia)



DA SETTEMBRE 2020
ABBIAMO PIANTATO :

980 064
ALBERI



QUESTO È
L'EQUIVALENTE DI 292 864
CARBONIO IMMAGAZZINATO IN 30 ANNI
(TCO2eq)



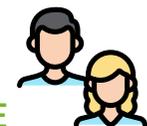
2 940 192
RIFUGI CREATI
PER LA BIODIVERSITÀ

3 920 256
MESI DI OSSIGENO



980 064
ORE DI LAVORO REALIZZATE

(o posti di lavoro creati localmente).



PER UNA MODA PIÙ INCLUSIVA

« I PETIT MAGASIN » : IL BUSINESS SOCIALE DI KIABI

MENTORING: I KIABER OFFRONO IL LORO TEMPO

- Mentore dei leader di progetti d'impatto
- Introdurre al mondo professionale e formare i futuri Kiaber

FONDO DI DOTAZIONE DI SOLIDARIETÀ: KIABI LIFE

- Kiabi intraprende azioni con i suoi clienti e associazioni

COLLEZIONI E NEGOZI: MODA PER TUTTI

- Creazione di collezioni inclusive
- Introduzione di orari di apertura specifici per alcuni target sensibili

DIVERSITÀ: LA CHIAVE DEL BENESSERE E PRESTAZIONI SUL LAVORO

- Una politica delle risorse umane a favore dell'uguaglianza
- Una politica inclusiva per le persone con disabilità



“ Come azienda fondamentale umana e rispettosa delle persone e del pianeta, KIABI s’impegna in una strategia sociale proattiva. Ovunque siamo presenti nel mondo, vogliamo coinvolgere noi stessi e/o i nostri partner. Così, agiamo quotidianamente su tre grandi temi che ci stanno a cuore e sui quali possiamo intraprendere azioni concrete :

- Inclusione, promuovendo l’accesso al lavoro per le persone in situazioni precarie, in particolare attraverso il nostro business sociale «Le Petit Magasin».
- Istruzione e/o formazione, attraverso partner specifici che promuovono la reintegrazione attraverso l’occupazione
- Diversità, mediante azioni relative all’integrazione delle persone con disabilità. ”

Franck de Saintignon

Direttore globale delle risorse umane

2021 ELEMENTI ESSENZIALI

- **PREMIO GOOD ECONOMY** per iniziative sostenibili di aziende impegnate in un approccio sociale, societario e ambientale
- **SVILUPPARE AZIONI** per l’inclusione e la diversità
- **ATTUAZIONE DELLA PARTNERSHIP CON L’ASSOCIAZIONE LIVE FOR GOOD** per promuovere la creazione di imprese a impatto
- **LANCIO DI PARTNERSHIP CON LE SCUOLE** come IESEG
- **CREAZIONE DEL FONDO DI DOTAZIONE**



INDICATORI 2021



10 «PETITS MAGASINS»
APERTI ENTRO
LA FINE DEL 2021



2M€ DONATI ALLE
ASSOCIAZIONI



5 PROGETTI D’IMPATTO
COSTRUITI DAI KIBER



86,9% DI STUDENTI CHE
RACCOMANDANO KIABI
COME DATORE DI LAVORO



PARTI RILEVANTI

- Clienti: beneficiari dei «Petits Magasins», clienti solidali attraverso le loro donazioni o clienti che beneficiano delle nostre azioni per la «disabilità»
- Partner d’integrazione: organizzazioni con le quali lavoriamo per sviluppare il modello «Petit Magasin»
- Associazione: Reforest’action, il nostro partner per la valorizzazione della biodiversità
- Kiber: dipendenti che concedono il loro tempo per formare persone sul lavoro o per partecipare ad azioni di solidarietà
- Imprenditori/studenti supportati da Kiabi durante gli stage o l’alternanza scuola-lavoro
- Scuole e università: con le quali formiamo partnership per aiutare gli studenti ad essere lavoratori di domani

«LE PETIT MAGASIN»: IL BUSINESS SOCIALE DI KIABI

LE PETIT MAGASIN, COS'È?

Veri e propri negozi solidali, i «Petits Magasins» offrono prodotti KIABI invenduti, donati dal marchio (e altri articoli come il cibo), alle famiglie disagiate per permettere loro di vestirsi a un costo inferiore. La collaborazione non si ferma alla vendita, KIABI si impegna anche a formare le persone che lavorano in questi negozi, che sono gestiti da organizzazioni di integrazione sociale.



Frutto della collaborazione tra le squadre locali di Kiabi e i nostri partner d'integrazione (Croix Rouge Insertion, Sauvy, Pacte 59 e Pacte 62, Sauvegarde du Nord, Vetis, Ulisse e La Remise), i «Petits Magasins» aprono prospettive professionali ai disoccupati di lunga durata che vengono qui per imparare le competenze di accoglienza e di vendita, e trovare così un trampolino di lancio verso il lavoro.

3 componenti della RSE sono attivati grazie ai «Petits Magasins»:

- ECONOMIA CIRCOLARE attraverso la donazione di stock di vestiti invenduti.
- INCLUSIONE attraverso la creazione di un percorso di integrazione professionale per chi cerca lavoro.
- SOLIDARIETÀ perché permette alle persone in difficoltà economica, vulnerabili o escluse, (segnalate dai servizi CCAS delle città e/o associazioni) di conservare la loro dignità.



Pierre Alcalá
Responsabile Sviluppo
dei Petits Magasins

Oltre ad offrire prodotti alimentari, beni per la casa la persona e anche servizi, i «Petits Magasins» permettono lo sviluppo di azioni socio-educative appoggiandosi al tessuto associativo locale e cooperando con esso. L'idea è che ogni persona si impegni a reintegrarsi nella società prendendo coscienza del proprio valore e delle proprie capacità.

UN «GRANDE PREMIO» PER UN «PETIT MAGASIN»

Ogni anno, una giuria composta da imprenditori impegnati, responsabili della RSE e rappresentanti del mondo associativo assegna il Grand Prix de la Good Economie. Premia le iniziative sostenibili delle aziende impegnate in un approccio sociale, sociale e ambientale. A 20 ottobre 2021, il «Petit Magasin», sostenuto da Kiabi, ha vinto il Grand Prix nella categoria «Promuovere l'inclusione e la diversità», che premia le azioni che incoraggiano le pari opportunità professionali (inclusione, parità di genere, diversità, ecc.).

TESTIMONIANZA: LA MISSIONE DI UN DIRETTORE NEGOZIO - SPONSOR DI UN «PETIT MAGASIN

“ La missione di Store Leader - «Petit Magasin» Sponsor è più di un lavoro per me, è un valore che mi ha sempre guidato. Oggi ho la certezza di poter creare, sulla mia scala, un valore umano. KIABI mi offre l'opportunità di gestire il mio team verso una missione sociale e penso che sia fantastico. ”

Aurélien Carle,
Kiabi Negozio Leader Béziers

SITUAZIONE NEL 2021

6

APERTURE, PORTANDO
IL NUMERO TOTALE
DI «PETITS MAGASINS» A 10

427 740

PEZZI DI VESTITI DONATI
PER UN VALORE
DI 1,9 MILIONI DI EURO

33

SPONSOR E TUTOR

1541

ORE DI FORMAZIONE DATE
DA KIABERS A PERSONE
IN INTEGRAZIONE

36

PERSONE SU UN PERCORSO
DI INTEGRAZIONE

27 632

FAMIGLIE BENEFICIARIE

94 748

PRODOTTI VENDUTI

18

POSTI DI LAVORO CREATI:
4 PERMANENTI, 14 A TEMPO
DETERMINATO

MENTORING: OFFERTA KIABER IL LORO TEMPO

MENTORING DEI LEADER DI PROGETTI D'IMPATTO

Nel corso del 2021, KIABI ha istituito una partnership con Live for Good con l'obiettivo di accompagnare e sostenere i giovani creatori d'impresa nel settore tessile e nelle aree di impatto positivo per le famiglie.

LIVE FOR GOOD, CHE COS'È?

Live for Good è un'associazione la cui missione è quella di rivelare il potenziale dei giovani (sotto i 30 anni e / o da territori fragili, in una situazione di disabilità) attraverso l'imprenditoria sociale e digitale.

Con i suoi programmi, permette loro di creare un proprio progetto imprenditoriale con un impatto sociale o ambientale.



5 Mentori KIABI, incarnando i nostri valori e con più di 10 anni di esperienza nella gestione di team, sono stati selezionati per accompagnare 5 giovani imprenditori per un anno. I 5 imprenditori accompagnati dai nostri Kiabers sono stati selezionati da Live for Good in base al settore di attività della loro start-up, in collegamento diretto con il business o i valori della KIABI.

SITUAZIONE NEL 2021

80K€

PER LIVE
FOR GOOD

5

IMPREDITORI
SOSTENUTI

5

MENTORI
KIABERS

Questa partnership è un'opportunità per KIABI di:

- essere un attore con un impatto positivo sul pianeta o sulle persone
- essere messi in contatto, in anticipo, con imprenditori la cui attività potrebbe essere rilevante per KIABI
- per imparare di più sui codici e la cultura del mondo delle start-up al fine di guadagnare agilità.
- per aiutare i nostri Mentori Kiaber a crescere, poiché dovranno gestire in modo diverso un campo di attività che non padroneggiano. Vogliamo dare loro un senso di prospettiva, sia in relazione alla loro professione che nelle loro pratiche manageriali.

ALCUNE IMPRESSIONI DI UNA COPPIA MENTORE/IMPREDITORE SOSTENUTO

“ Sono felice di fare questa esperienza che è molto complementare alla mia formazione come leader interno a KIABI. ”

Sébastien,
Leader nuovo business

“ Ci chiamiamo una volta alla settimana per circa un'ora, ma a volte esageriamo un po', il tempo passa molto velocemente durante queste sessioni di coaching! Sébastien mi interroga costantemente sulle mie decisioni e sulla direzione del progetto. Una delle sue grandi qualità: l'ascolto. Un ascolto attivo, quello che ti fa andare avanti e ti dà la fiducia per trasformare le tue idee ambiziose in realtà. Sébastien ha anche molte competenze e interessi che lo legano al progetto Mijuin. Lo considero molto importante in questo lancio, non avrei potuto chiedere un coach migliore. Grazie KIABI per aver creato questa partnership! ”

Pauline Beuzelin,
Creatore di Mijuin, coadiuvato da Sébastien Garin,
leader del supply design, da settembre 2021

Mijuin in 2 frasi: Mijuin è un laboratorio dedicato alla produzione e all'innovazione del lino. La sua missione è quella di realizzare tessuti di lino filato e tessuto/in maglia in Francia, e quindi di valorizzare gli scarti all'interno di un processo di trasformazione.



INTRODURRE AL MONDO PROFESSIONALE E FORMARE I FUTURI KIABER

KIABI fa dell'inserimento professionale dei giovani una priorità, ancor più nell'attuale contesto sanitario ed economico. A tal fine, abbiamo lanciato KIABI CAMPUS, la nostra politica di reclutamento per far emergere i talenti di domani in Francia e all'estero. L'obiettivo? Dare un'opportunità ai giovani talenti, incoraggiare un mix di squadre e garantire il rinnovo delle competenze all'interno dell'azienda.

SITUAZIONE NEL 2021

OTTENERE

L'ETICHETTA HAPPYINDEX / APPRENDISTI

200+.

GLI STUDENTI NELL'ALTERNANZA SCUOLA LAVORO

700+.

TIROCINANTI

50%

DEGLI STUDENTI DI WORK-STUDY NEI NEGOZI FIRMANO IL LORO 1° CONTRATTO DETERMINATO

LO SAPEVI?

KIABI, L'AZIENDA PREFERITA DAGLI STAGISTI E DAGLI STUDENTI CON BORSA DI LAVORO!

Nel 2021, la KIABI è stata premiata per il secondo anno consecutivo, con il marchio Happy Trainees 2021 France, che premia l'eccellenza e il sostegno per gli stagisti e gli studenti lavoratori. L'86,9% di loro raccomanda la KIABI come datore di lavoro. Gli stagisti e gli studenti lavoratori apprezzano in particolare l'interesse della loro missione, la qualità della loro gestione, lo sviluppo delle persone e il loro ambiente di lavoro.

Oltre alla nostra politica proattiva di accoglienza di studenti e stagisti, stiamo rafforzando la nostra presenza nelle scuole. Abbiamo stretto diverse partner con scuole di primo piano, l'ultima delle quali nel 2021 con IESEG, per il suo programma di master «Retail Management and Business Development». Questo programma mira a formare gli studenti nello sviluppo commerciale e nella gestione delle aziende di vendita al dettaglio. Lo sviluppo di relazioni con le scuole è quindi una leva innegabile per la ricerca e il reclutamento di talenti.

OBBIETTIVO DEL PROGETTO: PARTNERSHIP CON «TOI DEMAIN»: FAR SCOPRIRE AI GIOVANI LE NOSTRE PROFESSIONI DURANTE I CORSI DI SCOPERTA

Dal 2020, KIABI è partner dell'associazione «Toi Demain». Accogliamo studenti delle scuole medie e superiori, alcuni dei quali provengono da aree prioritarie, per corsi di scoperta. Per una settimana, vivono accanto ai Kiaber e scoprono il loro lavoro.

«Toi demain» è un'associazione che si impegna ad aiutare i giovani della regione Hauts-de-France nel loro orientamento professionale. L'obiettivo dell'associazione è di rivelare i loro talenti per permettere loro di essere fiduciosi, responsabili e felici. «Toi demain» si impegna per l'integrazione dei giovani e agisce contro le disuguaglianze di orientamento.

Per maggiori informazioni:

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

ATTENZIONE ALL'INCLUSIONE NEI NOSTRI TEAM DI LOGISTICA

La logistica è un settore che assume, ma rimane poco attraente. Per aiutare le persone a scoprire queste professioni e favorire l'integrazione dei professionisti in questo settore, KIABI si impegna ad aiutare le persone in fase di preparazione operativa collettiva per l'occupazione.

Abbiamo lanciato 6 gruppi di 12 persone in POEC (Preparazione Operativa Collettiva per l'Impiego). Tra le 72 persone coinvolte:

- 47 si sono uniti a KIABI alla fine della loro formazione per un periodo di 6 mesi.
- 1 persona è stata assunta a tempo indeterminato nel settore delle spedizioni.
- 1 persona è stata assunta a tempo indeterminato presso Adecco per il nostro sito.
- E 17 di loro hanno avuto un prolungamento del contratto per una media di 6 mesi di lavoro temporaneo.

Allo stesso tempo, abbiamo creato una partnership con JANUS e con JANUS e Alliance emploi, agenzie di lavoro interinale specializzate nell'inclusione di persone lontane dal mondo del lavoro.

FONDO DI SOLIDARIETÀ: KIABI LIFE

A continuazione delle azioni promosse dalla Fondazione KIABI, istituita nel 2011, nell'aprile 2021 KIABI ha creato il fondo di dotazione KIABI Life. Il nostro desiderio attraverso questo fondo è di permettere ai Kiaber, ed eventualmente ai nostri partner, di essere imprenditori nel loro ecosistema in ogni Paese in cui KIABI è presente. L'obiettivo principale è quello di rispondere alle sfide locali dedicando un budget specifico che ci permette di incoraggiare un approccio globale di inclusione attraverso l'occupazione, l'istruzione e la solidarietà.

FOCUS KIABI LIFE: AGIRE PER UN MONDO PIÙ INCLUSIVO

Vedi manifesto <https://www.kiabilife.com>

Il KIABI Life Endowment Fund permette ai dipendenti KIABI di essere imprenditori per un mondo più inclusivo.

Ovunque KIABI è presente, in ogni negozio, ufficio o sito logistico, vogliamo aiutare e sostenere tutti coloro che, ad un certo punto della loro vita, incontrano situazioni di sofferenza o precarietà. Per fare questo, coinvolgiamo un ecosistema completo (Kiaber, clienti, associazioni, partner) il cui obiettivo comune è quello di contribuire, insieme, ad un mondo più positivo, in coerenza con la nostra Visione KIABI 2030.

Ogni filiale KIABI contribuisce al fondo di solidarietà con un finanziamento e attraverso le azioni locali dei Kiaber. Il fondo è gestito da un consiglio di amministrazione (composto da Global CEO, CFO e HR Leader) e guidato da un comitato globale e dai comitati dei Paesi.

SITUAZIONE NEL 2021

106 K€

DONAZIONI
AD ASSOCIAZIONI

10 000

BENEFICIARI

6 850

KIABER COINVOLTI

13

AZIONI FLAGSHIP
CHE COINVOLGONO
I KIABER IN TUTTI
I PAESI

14

AZIONI LOCALI SU
INIZIATIVA DEI KIABER
(SOLO FRANCIA)



LET'S ACT FOR A
MORE INCLUSIVE
WORLD



CONTRE LE CANCER



LES RESTAURANTS
DU COEUR
LES ASSOCIÉS DU COEUR



COINVOLGENDO I NOSTRI CLIENTI

Dal 2011, KIABI ha scritto una strategia di azioni di solidarietà e a favore dell'ambiente. Attraverso varie operazioni (Lista Nascita – Dream School – Ottobre Rosa – Good Friday) invitiamo i nostri clienti ad agire al nostro fianco, in particolare attraverso la vendita di prodotti "condivisi" a sostegno di specifiche campagne o inviti a donare in cassa.

SITUAZIONE NEL 2021

984 K€

DONATI DA ENTITÀ
DEL GRUPPO KIABI

1 063 K€

DONATI DAI NOSTRI CLIENTI
ATTRAVERSO LE AZIONI KIABI

+ DE 500 000

ALBERI PIANTATI CON RIFORESTAZIONE



PRODOTTI CONDIVISI: COSA SONO?

I prodotti condivisi sono articoli proposti ai nostri clienti su cui Kiabi si impegna a donare una certa somma di denaro alle associazioni beneficiarie. Per esempio, 0,50 euro donati ad un'associazione per l'acquisto di una t-shirt.

COLLEZIONI E NEGOZI: MODA PER TUTTI

Come imprenditore di un mondo più inclusivo, KIABI si impegna in diverse azioni a favore dell'inclusione.

CREAZIONE DI COLLEZIONI INCLUSIVE

Per raggiungere il suo obiettivo di rendere la moda accessibile a tutti, KIABI propone collezioni inclusive. I nostri team adattano i prodotti a diverse morfologie, patologie e disabilità.

Per rispondere al meglio ad ogni situazione, ciascuna collezione è progettata in stretta collaborazione con i clienti interessati.

Così, nel 2021, sono state lanciate tre collezioni specifiche:

- Collezione taglie comode (adulti e bambini)
- Collezione post-operatoria per donne colpite da cancro al seno
- Collezione facile da indossare (adulti e bambini)



INTRODUZIONE DI ORARI DI APERTURA SPECIFICI PER CLIENTI SENSIBILI

Per consentire a tutti l'accesso a vestiti alla moda, KIABI ha lanciato il programma «Ora Calma» nei suoi negozi, rivolto in particolare alle persone con autismo e alle loro famiglie. Iniziato nel negozio di Sarcelles in Francia, questo progetto comporta:

- Una volta al mese, luci soffuse e interruzione di ogni tipo di rumore in negozio per offrire un momento di shopping in tranquillità
- Formazione e sensibilizzazione dei team in negozio sulle esigenze specifiche di persone affette da autismo



L'ORA CALMA

L'ora calma è una fascia oraria durante la quale le luci e il volume della musica vengono abbassati in negozio per permettere alle persone sensibili, in particolare alle persone con autismo, di fare i loro acquisti.

LO SAPEVI?

SITUAZIONE NEL 2021

13

I NEGOZI CHE HANNO
INTRODOTTO L'ORA CALMA
(12 IN FRANCIA E 1 IN ITALIA)

DIVERSITÀ: CHIAVE DEL BENESSERE E PERFORMANCE AL LAVORO

In KIABI, siamo convinti che la diversità sia un fattore di benessere sul lavoro oltre che di performance. Il nostro obiettivo è quello di accogliere ogni Kiaber così com'è, in modo che ognuno sia accettato e integrato allo stesso modo, che sia uomo o donna, disabile o abile, junior o senior, a tempo determinato o indeterminato, part-time o full-time...

L'inchiesta Great Place To Work®, condotta annualmente tra tutti i nostri dipendenti da un ente esterno, evidenzia che:

- KIABI è un'azienda inclusiva, con il 94% dei dipendenti che riconoscono di essere trattati in modo equo (origine, genere, orientamento sessuale).
- L'equità di trattamento in relazione all'età rimane ad un buon livello (81%), anche se è in ritardo rispetto agli altri indicatori
- L'82% dei dipendenti dice di sentirsi trattato come membro a pieno titolo dell'azienda, indipendentemente dalla sua posizione.

Il 2021 è stato un anno di diagnosi e osservazione per costruire la nostra strategia di Risorse umane; dal 2022 abbiamo integrato ulteriormente la nozione di diversità.

SITUAZIONE NEL 2021

98/100

INDICE DI UGUAGLIANZA DI GENERE IN FRANCIA,
(92/100 nel 2020, ben superiore al valore
richiesto per legge pari a 75/100)

UNA POLITICA RISORSE UMANE A FAVORE DELL'UGUAGLIANZA

L'82% dei Kiaber nel mondo sono donne. Sulla base di questo dato, stiamo implementando politiche Risorse umane finalizzate a favorire l'esperienza professionale delle donne, tenendo conto delle specificità locali dei Paesi in cui siamo presenti. Un esempio concreto lo troviamo in Italia dove abbiamo implementato il "Pacchetto MAAM». Questo progetto mira a mettere la «mamma» al centro dell'azienda, istituendo un accompagnamento durante la gravidanza, un piano di formazione specifico per il rientro dalla maternità e l'opportunità di partecipare a gruppi di CODEV per ottenere ascolto e sostegno reciproco.

	PART TIME	FULL TIME	
Negoziò	53 %	47 %	Sappiamo che il lavoro part-time, soprattutto nei negozi, può portare ad un certo grado di insicurezza, soprattutto quando la formula del part-time non è una scelta del dipendente. In Francia, da sei anni, proponiamo ai dipendenti che lo richiedono di aumentare il loro orario di lavoro quando l'attività lo permette.
Servizi centrali	12 %	88 %	
Logistica	19 %	81 %	
Uffici acquisti	0 %	100 %	
Immobiliare	3 %	97 %	



INDEX ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE 2022

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



ÉCART DE RÉMUNÉRATION

38/40



ÉCART TAUX D'AUGMENTATION

20/20



ÉCART TAUX DE PROMOTION

15/15



INDICATEUR
RETOUR
DE CONGÉ
MATERNITÉ

15/15



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

10/10

UNA POLITICA INCLUSIVA PER LE PERSONE CON DISABILITÀ

La nostra politica per le persone con disabilità offre le stesse opportunità in termini di assunzione, formazione, retribuzione e crescita professionale a tutti i nostri dipendenti, siano essi abili o meno.

Tutte posizioni che sono aperte alle persone con disabilità hanno:

- un piano di formazione adattato ai loro bisogni che promuove la loro occupabilità
- un supporto alla formazione in caso di persone con disabilità sensoriali o intellettuali (traduttore del linguaggio dei segni - pedagogia adattata - software di traduzione)
- una postazione di lavoro e una missione adatte (adattamento del materiale - adattamento della missione - adattamento dei tempi)
- un supporto manageriale per guidare ogni Kiaber nel suo percorso di crescita, utilizzando modalità di formazione interna ed esterna e attraverso il bilancio delle competenze

SITUAZIONE NEL 2021

2,8%

KIABER
CON DISABILITÀ IN TUTTO IL MONDO,
CIÒ È 256 KIABER

FOCUS: OCCUPAZIONE DELLE PERSONE CON DISABILITÀ IN FRANCIA E SPAGNA

FRANCIA

3,6% di dipendenti con disabilità nel 2021, in calo rispetto al 2020 a causa della difficoltà di gestire questa tematica durante l'emergenza COVID.

SPAGNA

3,2% di dipendenti con disabilità nel 2021.

In Spagna, i Kiaber, sostenuti da associazioni partner, accompagnano quotidianamente persone con autismo o con la sindrome di Down per favorire la loro integrazione e formazione professionale in negozio. Lo scopo di questo approccio è di permettere l'assunzione di almeno una persona con disabilità in ogni negozio Kiabi.



I KIABER NEL CUORE DELLA MODA

CULTURA KIABI: ASCOLTO E PROSSIMITÀ

- L'ascolto, alla base del nostro capitale umano
- Ritual manageriali: momenti di accompagnamento e condivisione in totale trasparenza
- Formazione e sviluppo dei Leader

GESTIRE IL TALENTO PER PREPARARSI AL FUTURO

- Promuovere l'incontro tra i progetti dei Kiaber e le esigenze dell'azienda
- Favorire lo sviluppo delle competenze individuali
- Rendere accessibile a tutti i Kiaber un'offerta di formazione digitale

UN DIALOGO SOCIALE FLUIDO: CHIAVE PER UN CLIMA SOCIALE SERENO

PRESERVARE LA SALUTE E LA SICUREZZA DEI KIABER: UNA PRIORITÀ

I NOSTRI PARTNER: GLI STAKEHOLDER DEL NOSTRO APPROCCIO SOCIALE

- I nostri fornitori: chi sono?
- Un processo di valutazione rigoroso



“ KIABI è un’azienda umana, impegnata attivamente a favore delle persone e dell’ambiente. La collaborazione, la crescita e il rispetto sono parte integrante del nostro DNA e sono di fondamentale importanza per noi in quanto veri motori della nostra performance umana ed economica. Così, lo sviluppo delle persone, al centro della nostra strategia delle Risorse umane, significa per noi offrire ad ogni Kiaber la possibilità di realizzare il suo potenziale, acquisendo, nel corso della sua carriera, nuove competenze, attraverso corsi di formazione e un accompagnamento personalizzato. Viviamo il rispetto delle persone costruendo relazioni benevole ed oneste con i nostri partner e clienti, e, internamente, occupandoci del benessere dei Kiaber. Le nostre dinamiche di ascolto individuali e collettive sono la prova dell’attenzione costante che prestiamo a tutti i collaboratori. E, insieme a tutto il nostro ecosistema, cooperiamo per contribuire ad un mondo positivo e per rendere la vita più facile a tutte le famiglie. ”

Franck de Saintignon
Leader Risorse umane

2021 ELEMENTI ESSENZIALI

- **KIABI OTTIENE LA CERTIFICAZIONE GREAT PLACE TO WORK®** per il 2021/2022
- **2 ACCORDI AZIENDALI FIRMATI** con il 100% dei sindacati in Francia nel 2021: parità di genere e disabilità
- **LA PIATTAFORMA AKADEMY BY KIABI** disponibile in tutti i nostri Paesi per condividere contenuti digitali di formazione con tutti i nostri dipendenti
- **RAPPORTI STRETTI** con tutti i nostri fornitori per promuovere insieme una moda più responsabile



INDICATORI 2021



9107 KIABER



98,4% DEGLI AUDIT MOSTRANO UNA CONFORMITA' O UNA NON CONFORMITA' POCO RILEVANTE SULLE QUESTIONI SOCIALI



73% I KIABER SODDISFATTI DI LAVORARE DA KIABI SECONDO SONDAGGIO GREAT PLACE TO WORK®



91% DEI FORNITORI DI LIVELLO 1 SONO STATI FORMATI AL NOSTRO CODICE DI CONDOTTA



INTERLOCUTORI COINVOLTI

- Kiaber: beneficiari di programmi di ascolto e crescita
- Candidati / studenti: che accogliamo ogni anno per accompagnarli alla scoperta dei nostri mestieri e formarli
- Fornitori: che sosteniamo per sviluppare processi più sostenibili
- Partner: tutte le aziende e le organizzazioni con cui realizziamo gli audit delle nostre fabbriche in subappalto nel mondo
- Organizzazione: Great Place to Work® con cui conduciamo l'inchiesta annuale che coinvolge i Kiaber in tutti i nostri Paesi
- Sindacati: presenti delle nostre aziende attraverso i rappresentanti del personale con i quali co-costruiamo tutti gli accordi aziendali

CULTURA KIABI: ASCOLTO E PROSSIMITÀ

La nostra strategia Risorse umane si articola intorno a tre assi su cui si basano tutte le nostre azioni :

1- Una famiglia di Kiaber coinvolti :

Naturalmente, Kiabi è un'azienda globale, ma ci impegniamo a infondere un vero spirito di famiglia nei nostri Kiaber e a creare legami e collaborazioni virtuose tra Kiaber e anche con i nostri partner, i nostri clienti, i nostri fornitori.

2- Un'azienda agile composta da imprenditori:

siamo convinti che il nostro sviluppo sarà raggiunto attraverso l'imprenditorialità. Testare nuovi servizi e sviluppare prodotti innovativi fa parte del DNA di KIABI. Lavoriamo anche con le start-up e sosteniamo gli imprenditori in questo senso. Il nostro obiettivo: rendere i Kiaber imprenditori e azionisti autonomi e responsabili.

3- Talenti e competenze che creano performance :

prepariamo ogni giorno il nostro futuro sviluppando percorsi di formazione, opportunità trasversali ed istituendo partnership con le scuole per prepararci alle professioni di domani. La nostra profonda convinzione è che la performance è frutto delle nostre differenze e complementarità.

L'ASCOLTO ALLA BASE DEL NOSTRO CAPITALE UMANO

La forza di KIABI è sempre stata il suo capitale umano, coltivato attraverso la costante volontà di ascoltare i nostri team. Siamo convinti che l'ascolto sia alla base delle nostre prestazioni. Permettendo ai dipendenti di esprimersi regolarmente sul loro livello di soddisfazione, i loro sentimenti, i loro bisogni, e sviluppando di conseguenza azioni mirate, coltiviamo questa forza.

Per essere il più vicino possibile ai nostri dipendenti, abbiamo messo in atto due tipi di ascolto a livello internazionale e locale:

- Una prospettiva globale e internazionale con l'indagine Great Place To Work®: questo studio fornisce una volta all'anno una visione completa e comparabile di tutti i settori dell'azienda.
- Ascolto locale, realizzato autonomamente da ogni Paese all'interno di un quadro comune: questi approfondimenti permettono di misurare e monitorare lo stato di avanzamento dei piani d'azione definiti nello studio Great Place To Work®, secondo i tempi e i contenuti specifici a livello locale.



GREAT PLACE TO WORK®: CHE COS'È?

Great Place To Work® è il punto di riferimento globale in termini di employee experience. Dal 1992 in tutto il mondo e dal 2002 in Francia, l'organizzazione ha intervistato più di 100 milioni di dipendenti in 60 Paesi. Le loro risposte hanno permesso di determinare cosa definisce un'employee experience di qualità.

Great Place To Work® si basa su 2 strumenti diagnostici per la sua valutazione:

- il Trust Index: un questionario anonimo rivolto ai dipendenti, basato su 5 dimensioni (credibilità, rispetto, equità, orgoglio e convivialità).
- il Culture Audit: un dossier compilato dall'azienda in cui vengono presentati i diversi programmi di gestione dei collaboratori.

Questo file è analizzato da Great Place To Work® sulla base di una griglia di valutazione internazionale.

I 3 PUNTI CHIAVE DELLO STUDIO GREAT PLACE TO WORK® 2021 :

- Un tasso di partecipazione dell'82%: più di 6.800 dipendenti, in 9 Paesi o business unit
- Il 73% dei dipendenti afferma che Kiabi è un buon posto di lavoro
- Kiabi è certificata Great Place To Work® 2021/2022 in 8 Paesi (Francia, Spagna, Italia, Portogallo, Belgio, India, Bangladesh, Cina compresa Hong Kong).

PIÙ IN DETTAGLIO, NELL'INCHIESTA 2021 I KIABER RICONOSCONO :

- **Una Leadership affidabile :** i Kiaber sottolineano la credibilità del management, la chiarezza della strategia e delle aspettative condivise, la regolarità delle informazioni e un management premuroso che si interessa sinceramente alle persone (76%).
- **Una Visione, una strategia e delle roadmap** nazionali e di business unit condivise con il 100% dei Kiaber, con una comunicazione fluida per renderle concrete e mostrare i progressi fatti e la strada che resta da percorrere.
- **Dei rituali manageriali** che invitano allo scambio, alla condivisione e all'ascolto dei bisogni individuali.
- **Un ambiente di lavoro umano e inclusivo :** il 94% dei Kiaber concorda sul fatto di lavorare in un'azienda inclusiva e di ricevere un trattamento equo indipendentemente da origine, sesso, orientamento sessuale o età.
- **Interculturalità :** l'azienda è presente in 20 Paesi, con dipendenti diretti in 9 di essi e 76 nazionalità rappresentate tra i Kiaber.
- **Semplicità negli scambi,** senza barriere gerarchiche (darsi del tu, accessibilità dei Leader...).
- **Dei dipendenti coinvolti:** l'86% dei Kiaber dice di essere orgoglioso dei risultati collettivi e delle soluzioni innovative promosse dall'azienda. Da sottolineare inoltre il loro impegno nel quadro delle azioni di Kiabi Life.

RITUALI MANAGERIALI: MOMENTI DI ACCOMPAGNAMENTO E CONDIVISIONE IN TOTALE TRASPARENZA

Per dare un senso alle azioni di ogni Kiaber, affinché ognuno sia informato e osi condividere le sue preoccupazioni e i suoi bisogni in totale trasparenza, abbiamo istituito momenti di ascolto e di condivisione individuali e di squadra, noti come "rituali manageriali".

MOMENTI DI CONDIVISIONE COLLETTIVA:

- Il Lancio d'Anno si tiene in ogni Paese con lo scopo di condividere con tutti i Kiaber i risultati dell'anno passato, la proiezione verso il futuro e il quadro strategico.
- Le Riunioni mensili live permettono di condividere informazioni con i dipendenti dei servizi centrali e dei negozi (cifre del mese trascorso, tendenze, attualità, ecc.)

INCONTRI INDIVIDUALI:

- L'incontro annuale di sviluppo tra il Kiaber e il suo Leader permette di monitorare gli obiettivi individuali e di definire i piani di sviluppo futuro e le prospettive di carriera.
- L'ED ongoing (o colloquio periodico di sviluppo). Implementato nel 2019 utilizzando un supporto online comune a tutti i Paesi, questo incontro rappresenta un momento di scambio tra ogni Kiaber e il suo Leader. Si tiene almeno una volta a trimestre e permette ad ogni Kiaber di esprimere il proprio stato d'animo e di monitorare l'andamento degli obiettivi individuali.
- Il debrief retribuzione permette di informare ogni anno il collaboratore sul suo posizionamento salariale e su eventuali aumenti.



I RISULTATI DELL'INCHIESTA GREAT PLACE TO WORK® :

I Kiaber riconoscono di beneficiare di un management accessibile, aperto al dialogo (81% = 2017) e che mostra un sincero interesse per ogni persona come individuo e non solo come dipendente (76% = 2017).

SITUAZIONE NEL 2021

9,7%
TASSO DI TURNOVER
IN TUTTO IL MONDO

17,2%
TURNOVER NEI PAESI
IN CUI SONO PRESENTI
NEGOZI

0,9%
TURNOVER NEI NOSTRI
UFFICI ACQUISTI
IN ASIA

Il turnover è un indicatore del benessere dei dipendenti di un'azienda. Nel settore del commercio al dettaglio, il tasso medio nel mercato europeo varia dal 10 al 15% a seconda del Paese.

FORMAZIONE E SVILUPPO DEI LEADER

Una delle leve del benessere sul lavoro e della fedeltà dei dipendenti è l'allineamento tra i valori personali e quelli dell'azienda. Così, per garantire che i valori dell'azienda siano integrati e che tutti vi aderiscano, le posture giuste da adottare sono condivise e incoraggiate con i Kiaber. Il «profilo Kiaber» ci aiuta a reclutare le persone giuste, a ispirare i nostri collaboratori e a sviluppare le loro capacità manageriali. La "missione del Leader" riflette i nostri valori manageriali. Queste posture e missioni sono valutate annualmente dai colleghi tramite feedback e dal Leader in occasione dell'incontro di sviluppo.

PROFILO KIABER



AGIRE COME IMPRENDITORE

- Sono curioso, prendo iniziative e penso in un'ottica «soluzioni» nella mia area di responsabilità.
- Agisco con pragmatismo e semplicità.
- Sono orientato ai risultati e penso alle "soluzioni".
- Persevero di fronte agli ostacoli e dimostro senso di adattamento.

ESSERE GENEROSO

- Collaboro con il mio ecosistema.
- Mi prendo cura delle relazioni.
- Condivido i miei talenti e le mie competenze.
- Mi impegno per la diversità, l'inclusione e lo sviluppo sostenibile.

ESSERE AL SERVIZIO DEL CLIENTE

- Il cliente è il mio primo pensiero.
- Mi rendo disponibile per soddisfare le esigenze dei nostri clienti.
- Agisco al servizio della visione e della strategia.

ESSERE BENEVOLO

- Vivo relazioni alla pari.
- Agisco con integrità e rispetto.
- Pratico l'ascolto attivo.
- Comunico in modo semplice e costruttivo.

ESSERE APPASSIONATO

- Condivido la mia energia e contribuisco all'espressione di Kiabi nel mio ecosistema.
- Sono attore del mio sviluppo e del mio apprendimento.
- Mi piace quello che faccio.

ESSERE ESIGENTE

- Agisco per la performance, l'efficienza e il miglioramento continuo nel lavoro che svolgo.
- Do un feedback trasparente ed esigente; stimolo gli altri e mi lascio stimolare.
- Sono esemplare: * Faccio quello che dico *.

LA MISSIONE DEL LEADER



PERFORMANCE

- Co-costruisco, definisco e animo una FDR chiara, ambiziosa e realistica nella mia area di responsabilità.
- Mi circonda di un team performante per accompagnare Kiabi ad affrontare le sfide dell'azienda.
- Do priorità alle azioni che creano valore economico e umano per garantire il ROI* dei progetti.
- Incoraggio l'iniziativa in un processo di miglioramento continuo.

VISIONE E STRATEGIA

- Guido una visione ambiziosa e a lungo termine nel mio perimetro.
- Sono il portatore della visione e della strategia di Kiabi nel mio ecosistema e la traduco in azioni concrete nella mia area di responsabilità.
- Incarno i valori di Kiabi nel mio ecosistema.
- Valuto le situazioni a livello globale, valuto i rischi, anticipo e pianifico le azioni.

MANAGEMENT

- Creo le condizioni di fiducia per favorire l'autonomia, la responsabilità e la presa di decisione.
- Valorizzo il contributo individuale alla performance collettiva.
- Incoraggio l'audacia e il diritto all'errore come fonte di apprendimento.
- Animo e sono garante della strategia umana di Kiabi e dei nostri rituali manageriali.
- Incoraggio ogni membro del mio team ad essere un attore del proprio sviluppo.

POSTURA DEL LEADER

- Promuovo la cooperazione e l'aiuto reciproco attraverso una postura ispiratrice.
- Ascolto attentamente e do il senso.
- Prendo decisioni e le porto avanti con coraggio manageriale.
- Sono esemplare in termini di valori e regole e li faccio vivere nel quotidiano.

*ROI (Return On Investment) riferito all'investimento qualitativo e quantitativo

GESTIRE IL TALENTO PER PREPARARSI AL FUTURO

Attrarre, sviluppare, motivare e trattenere i talenti è una priorità della strategia Risorse umane di KIABI.

Gli obiettivi della nostra politica di gestione dei talenti sono chiari:

- Sviluppare una comunità di talenti
- Promuovere percorsi di carriera e sviluppo

Per raggiungere questi obiettivi, i team di Talent Management sviluppano piani d'azione specifici nelle varie aree e Paesi.

GESTIONE DEI TALENTI, CHE COS'È?

La gestione dei talenti è l'insieme dei processi HR volti ad attrarre, sviluppare, motivare e trattenere i collaboratori più performanti.

È un approccio integrato per raggiungere gli obiettivi chiave della gestione dei talenti e dell'organizzazione aziendale.

I programmi principali includono :

- Sviluppo delle competenze
- Gestione e valutazione delle prestazioni
- Gestione profili ad alto potenziale
- Gestione delle carriere e mobilità
- Studio, tendenze e osservatorio dei mestieri



PROMUOVERE L'INCONTRO TRA I PROGETTI DEI KIBER E LE ESIGENZE DELL'AZIENDA

La nostra politica di gestione del talento permette ad ogni Kiaber di prendere coscienza dei suoi talenti, di svilupparli, di condividerli e di far evolvere così la sua carriera.

Per incoraggiare i percorsi professionali, animiamo tutto l'anno un processo chiamato «Campagna ED». Il processo inizia con il colloquio annuale di sviluppo, continua con la revisione della retribuzione e termina con la «Talent Review» che mira, in un dato momento, a mettere in evidenza i progetti professionali dei Kiaber in relazione alle opportunità offerte dall'azienda.

Inoltre, per facilitare ulteriormente la mobilità interna, Kiabi ha un portale web che elenca le offerte di lavoro accessibili ai Kiaber in tutto il mondo. Questo portale, chiamato Kimooov, permette ai Kiaber di candidarsi o di proporre direttamente un amico o un collega.

Una volta identificate le opportunità di carriera adatte, proponiamo diverse scuole di formazione interna per preparare il futuro sviluppo professionale in termini di competenza e di postura: Scuola Store Manager, Scuola Coordinatori Logistici, Corso di Management, Scuola Leader.

Alcuni corsi sono gestiti in collaborazione con enti specializzati (per esempio la Scuola di Visual merchandiser in collaborazione con MJM in Francia).



SITUAZIONE NEL 2021

591
ALLIEVI E STAGISTI FORMATI
(403 nel 2020)

142
PERCORSI
DI MOBILITA' INTERNA



FAVORIRE LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE INDIVIDUALI

Oltre alle competenze «professionali», KIABI offre ai suoi dipendenti la possibilità di sviluppare le loro competenze «personali».

PER ESEMPIO:

- «PROGETTO VOLTAIRE»: corso di ortografia digitale aperto ai Kiaber in Francia. È un modo personalizzato e divertente per riappropriarsi della lingua francese scritta.
- WORKSHOP DI CODEV : basato sull'intelligenza collettiva. Attraverso un percorso di 4 sessioni, i Kiaber si incontrano in piccoli gruppi di 6-8 persone. Il gruppo si aiuta a vicenda, condivide esperienze e rafforza le sue competenze. Ognuno progredisce sui suoi progetti, i suoi problemi, le sue preoccupazioni, individuando soluzioni concrete co-costruite con il gruppo. I partecipanti sono guidati nel loro approccio da un facilitatore interno formato al CODEV professionale.
- «E-LIBRARY PROJECT»: questa libreria virtuale offre una vasta selezione di contenuti di sviluppo personale (+3000 e-book, audiolibri e podcast) su temi quali la gestione del tempo, il telelavoro, la motivazione, ecc.
- FORMAZIONI DI SVILUPPO PERSONALE: tra queste la "Comunicazione non violenta" e "Conoscersi meglio per meglio comunicare".

RENDERE ACCESSIBILE A TUTTI I KIABER UN'OFFERTA DI FORMAZIONE DIGITALE

Dall'inizio del 2020, KIABI sta sviluppando una strategia di «digital learning». Questa strategia di formazione si basa sulla digitalizzazione dei nostri strumenti e processi, così come sulla creazione di ricchi contenuti formativi digitali. Questi contenuti sono stati messi a disposizione di tutti i Kiaber a partire dal 2021 attraverso una piattaforma online: Akademy by KIABI.

Gli obiettivi della piattaforma sono tre :

- eccellenza operativa (sviluppare le professioni di domani e digitalizzazione)
- accompagnamento della trasformazione (postura manageriale)
- conformità (legge «Sapin» in Francia, direttiva europea GDPR sulla privacy).

SITUAZIONE NEL 2021

97 040

ORE DI FORMAZIONE
EROGATO
(59 757 ore
nel 2020)

98,1%

DI COLLABORATORI
FORMATI (FRANCIA,
ITALIA, PORTOGALLO)

9^H

DI FORMAZIONE
PER COLLABORATORE
FORMATO (FRANCIA,
ITALIA, PORTOGALLO)

UN DIALOGO SOCIALE FLUIDO: CHIAVE PER UN CLIMA SOCIALE SERENO

La legislazione francese impone alle aziende di aprire con i sindacati delle negoziazioni sulla qualità della vita al lavoro e sulla diversità. La nozione di diversità è diventata addirittura uno dei nostri principi guida in tutte le trattative.

Per KIABI è importante mantenere il dialogo sociale sempre aperto e raggiungere accordi realmente condivisi. Così, ci siamo posti l'obiettivo di ottenere il 100% dei voti delle organizzazioni sindacali per convalidare un accordo, rispetto al 50% richiesto dalla normativa. Stiamo quindi di fatto co-costruendo gli accordi con i rappresentanti del personale.

In Spagna, Italia e Belgio, KIABI negozia e firma contratti collettivi.

Nel 2021, i temi della disabilità e della parità di genere sono stati oggetto di accordi in Francia. In Belgio, sono stati firmati un accordo «maternità» e «lavoro domenicale».

In Spagna, tutti gli accordi sono rinnovati e firmati ogni anno. L'accordo sulla disconnessione digitale è stato firmato per la prima volta nel 2021.

Per l'Italia, l'intero negoziato CIA (Contratto Integrativo Aziendale) è stato esteso fino a tutto il 2021.

Si allega una tabella che riassume gli accordi in vigore in ogni Paese.

FOCUS: ACCORDO SULLA PARITÀ DI GENERE IN FRANCIA

Un nuovo accordo sulla parità professionale tra donne e uomini 2021- 2024 è stato firmato nel 2021 in Francia.

Le misure principali concordate:

- Accesso all'occupazione: sviluppo della formazione sulla non discriminazione all'atto dell'assunzione.
- Retribuzione: promuovere la parità misurando il divario retributivo per mansioni comparabili, ridurre gli scarti legati al congedo maternità e continuare a sensibilizzare i Leader sulla parità retributiva, con lo sviluppo di workshop sul tema.

Molte novità sono state convalidate anche sulle condizioni di lavoro, l'articolazione della vita professionale e l'esercizio della responsabilità parentale (creazione di 2 tipi di congedi supplementari, possibilità di telelavoro al 100% dal 6° mese di gravidanza, possibilità per le Kiaber che lo desiderano di lavorare part-time fino ai 6 anni del bambino...).

FOCUS: ACCORDO SULLA DISABILITÀ IN FRANCIA

Nel 2021, abbiamo firmato il nostro 7° accordo sulla disabilità in Francia. Le principali sfide di questo accordo in Francia sono la selezione, la formazione e l'integrazione, la consapevolezza e la comunicazione per:

- mantenere o superare il tasso del 6% di persone con disabilità
- promuovere la sostenibilità sviluppando l'occupabilità delle persone con disabilità
- sensibilizzare e informare i Kiaber attraverso una migliore comunicazione
- Anticipando e preparando la fine del percorso professionale



PRESERVARE LA SALUTE E LA SICUREZZA DEI KIABER: UNA PRIORITÀ

La sicurezza fisica dei nostri dipendenti è essenziale. Indipendentemente dal lavoro (logistica, negozi, servizi centrali) e dal Paese in cui il Kiaber opera, lavoriamo per migliorare continuamente l'ambiente di lavoro.

I RISULTATI DEL SONDAGGIO GREAT PLACE TO WORK® :

I dipendenti riconoscono di lavorare in un ambiente sicuro (84% +4punti vs. 2017) e di avere le risorse e gli strumenti necessari per svolgere adeguatamente il proprio lavoro (78% +6punti vs. 2017).

La qualità dell'accoglienza data ai nuovi dipendenti è sottolineata dai Kiaber stessi (86%).

Per ridurre la frequenza degli infortuni sul lavoro e la durata delle assenze, formiamo i Kiaber sulla salute e la sicurezza e sui rischi legati all'attività fisica. Per monitorare al meglio questo tema, seguiamo indicatori come l'assenteismo, il tasso di frequenza degli infortuni sul lavoro e l'incidenza delle malattie per capirne le cause e affrontarle.

SITUAZIONE NEL 2021



Esclusi Spagna e Portogallo, nel 2021 i tassi di assenteismo tendono ad aumentare rispetto al 2020, come conseguenza diretta della crisi Covid.

Gli infortuni sul lavoro riguardano soprattutto le attività di logistica e negozio. Sulla base di questa constatazione, stiamo mettendo in atto una formazione e un approccio qualità/sicurezza per ridurre il numero e la gravità degli incidenti.

Per esempio, nella logistica (Francia), il tema della salute e della sicurezza sul lavoro è sempre più presente: 77 persone sono ad oggi impiegate come «referenti sicurezza».

Il loro ruolo è naturalmente la prevenzione Covid ma anche la sicurezza generale dei dipendenti sul posto di lavoro (gesti e posture, ergonomia, prevenzione) attraverso l'audit costante dei siti e delle attività.

FOCUS: STRUMENTI DI PREVENZIONE IN NEGOZIO

Nei negozi, dal 2014, abbiamo implementato uno strumento di controllo interno per misurare e limitare i rischi relativi alla sicurezza delle persone e dei beni. Grazie a questo sistema, i negozi francesi, spagnoli e belgi sono in grado di effettuare autovalutazioni annuali (per esempio, la verifica del corretto funzionamento delle dotazioni antincendio, delle uscite di emergenza, ecc.). In Francia e in Spagna, queste autovalutazioni sono integrate con convalide effettuate dal team di controllo interno. Gli audit dei negozi a campione permettono di valutare la qualità dell'autovalutazione e il livello di rischio del negozio. Nel 2021, il numero di audit effettuati è stato ridotto per permettere ai team dei negozi di gestire la loro attività operativa.

I NOSTRI PARTNER: GLI STAKEHOLDER DEL NOSTRO APPROCCIO SOCIALE

KIABI lavora con molti partner. Che siano affiliati, franchisee, fornitori di prodotti, fornitori di beni o fornitori di servizi, la costruzione di partnership a lungo termine basate sulla fiducia è parte integrante della cultura dell'azienda.

Diamo molta importanza alla conoscenza reciproca per lavorare meglio insieme. Per assicurarci che i nostri partner siano impegnati quanto noi negli aspetti sociali ed ambientali, abbiamo organizzato delle sessioni di scambio e di sostegno dedicate.

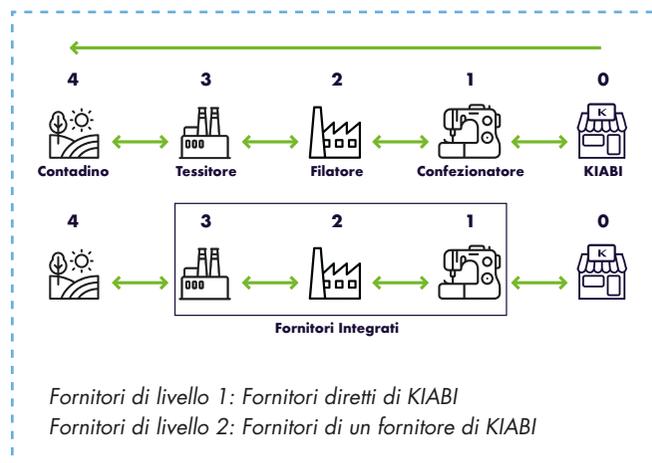
- I nostri fornitori sono invitati ogni anno alla nostra «Conferenza annuale sulla conformità dei fornitori» durante la quale presentiamo loro le nostre sfide per i prossimi anni. Lo stesso vale per i nostri partner e affiliati in franchising.
- Sosteniamo i nostri fornitori su tematiche legate alla salute e sicurezza sul lavoro e sul rispetto dell'ambiente. Offriamo loro una formazione e una guida di autovalutazione su questi temi. Oltre agli audit che effettuiamo, controlliamo anche la loro politica di miglioramento continuo.

I NOSTRI FORNITORI: CHI SONO?

Le nostre collezioni sono prodotte principalmente in Asia e in Nord Africa, dove cerchiamo un know-how preciso e una competenza riconosciuta. Lavoriamo con 144 fornitori di abbigliamento «tier 1», che rappresentano 405 stabilimenti di produzione.

*La mappa dei nostri Paesi di produzione è disponibile a pagina 6.

Ognuno dei nostri fornitori è accuratamente selezionato e monitorato nel corso della nostra partnership. Il desiderio di Kiabi è quello di costruire relazioni stabili con i nostri partner, in un'ottica di miglioramento continuo.



Vogliamo essere in grado di identificare chiaramente chi sono i nostri fornitori diretti, i cosiddetti fornitori di livello 1, e sapere con quali fornitori, i cosiddetti fornitori di livello 2, lavorano. Raccogliamo queste informazioni su base dichiarativa, chiedendo ai fornitori diretti di fornire i dettagli dei loro fornitori/impianti di livello 2.

Per una maggiore trasparenza, intendiamo implementare una soluzione/strumento che ci permetta di controllare tutta la nostra catena di approvvigionamento. Ecco perché facciamo parte di un gruppo di lavoro sulla tracciabilità promosso dal Ministero dell'Industria francese. Di fronte alla molteplicità delle iniziative e alla mancanza di maturità delle soluzioni esistenti sul mercato, è stato lanciato un test con aziende volontarie del settore per sperimentare soluzioni di tracciabilità dei fornitori nel 2022.

SITUAZIONE NEL 2021

144

FORNITORI TIER 1
CON 405 FABBRICHE

219

FORNITORI DI LIVELLO 2
SEGNALATI, CIOÈ 422 FABBRICHE

Per continuare a sostenere i nostri fornitori nel periodo critico della crisi sanitaria, abbiamo scelto di confermare i volumi degli ordini nel 2020 e nel 2021. Di conseguenza, siamo stati riconosciuti da WRC «Worker Right Consortium», una ONG, come una delle aziende responsabili che si sono impegnate a pagare per intero gli ordini completati in produzione.

Abbiamo anche aderito al movimento «Call to Action», lanciato dall'Organizzazione Internazionale del Lavoro, per permettere ai produttori di continuare le loro attività, pagare i loro dipendenti e mettere in atto misure per aiutare a preservare la salute e l'occupazione dei loro dipendenti.

UN PROCESSO DI VALUTAZIONE RIGOROSO

I nostri gruppi di acquisto, qualità e conformità valutano i fornitori sulla base di criteri rigorosi: qualità, conformità delle fabbriche in termini sociali e ambientali, rispetto delle scadenze, solidità finanziaria, ecc. Questa valutazione ci permette di misurare i progressi su una base oggettiva che condividiamo con loro.

Tutto inizia con la selezione di un nuovo fornitore: prima di essere referenziati, tutti i fornitori Tier 1 al di fuori dell'Unione Europea sono controllati e passano attraverso un rigoroso processo di integrazione. Per i fornitori di prodotti a marchio KIABI nell'Unione Europea, controlliamo i rapporti di audit di tipo BSCI che ci inviano e, se necessario, avviamo audit senza preavviso delle loro fabbriche, eseguiti dai nostri gruppi o da un fornitore di servizi accreditato.

Per garantire che i nostri fornitori rispettino il codice di condotta firmato con KIABI, li formiamo e controlliamo regolarmente, sia attraverso i nostri gruppi di audit interni, sia con società specializzate o tramite altre aziende del settore tessile che condividono i loro audit.

VALUTAZIONE
DELLA SOLIDITA'
FINANZIARIA

AUDIT
CONDIZIONI
DI LAVORO



COMITATO DI CONVALIDA
FABBRICA/FORNITORE



VALUTAZIONE
REPUTAZIONALE
ED ETICA

KNOW-HOW DI
REVISIONE /
QUALITÀ

IL CODICE DI CONDOTTA, COS'È?

In coerenza con i nostri valori, il codice di condotta KIABI mira a promuovere condizioni di lavoro sicure ed eque, a prendere decisioni di approvvigionamento responsabili e a proteggere gli interessi commerciali delle parti. Si basa su standard riconosciuti a livello internazionale, in particolare la Carta delle Nazioni Unite, gli standard dell'Organizzazione (Convenzioni ILO), la Dichiarazione universale dei diritti umani e le leggi locali sul lavoro applicabili. È sistematicamente integrato nei nostri contratti.



SITUAZIONE NEL 2021

91%

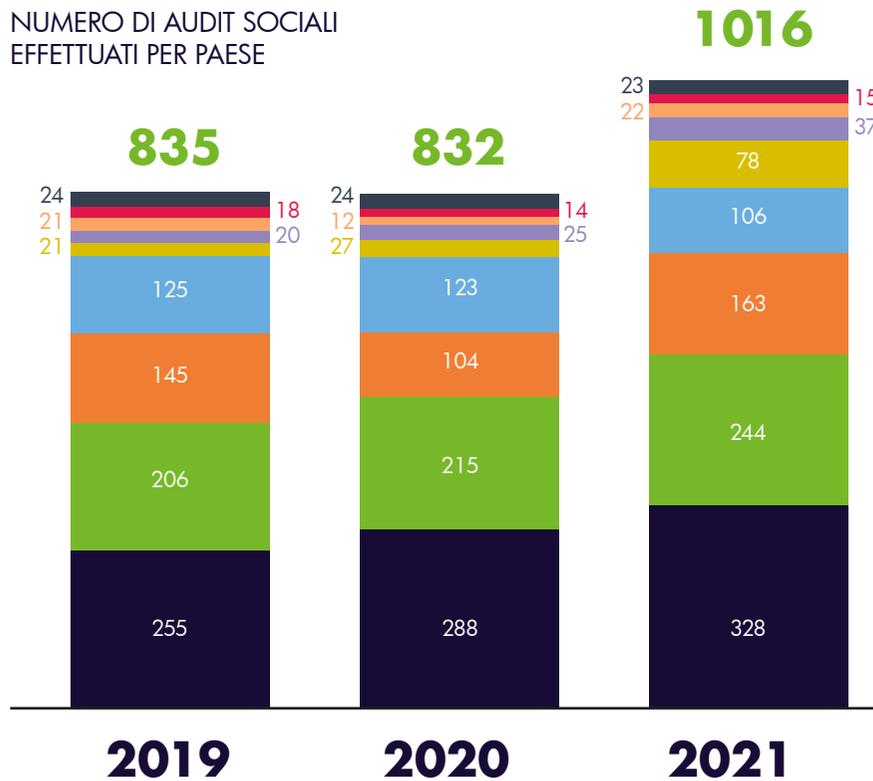
FORNITORI TIER 1 (ESCLUSI I FORNITORI
NON A MARCHIO KIABI) FORMATI
AL NOSTRO CODICE DI CONDOTTA

1016

AUDIT SOCIALI
EFFETTUATI



NUMERO DI AUDIT SOCIALI EFFETTUATI PER PAESE



- 20% degli audit effettuati dal nostro gruppo di audit interno di 9 persone (1 a Hong Kong, 4 a Shanghai, 2 in Bangladesh, 2 in India)
- 45% degli audit effettuati da aziende specializzate
- 35% da altre aziende che mettono a disposizione i loro audit sulla piattaforma AMFORI (BSCI*** per la parte sociale e BEPI*** per la parte ambientale) al fine di condividere le nostre procedure di audit con altri marchi tessili nel mondo

■ Cina ■ Bangladesh ■ India ■ Importatori europei ■ Turchia ■ Pakistan ■ Cambogia ■ Myanmar ■ Altri

Nel 2020 e nel 2021, nonostante la crisi sanitaria, abbiamo effettuato più audit che nel 2019. Infatti, consapevoli di dover continuare la nostra comunicazione con i fornitori/fabbriche anche nel corso della pandemia, abbiamo ideato un nuovo metodo per analizzare la conformità degli impianti senza doverli visitare fisicamente. Abbiamo aumentato la percentuale di audit affidati a società esterne e sviluppato audit digitali svolti dai nostri gruppi.

L'audit delle fabbriche dei nostri fornitori ci permette di valutare la loro conformità. A seconda del risultato della valutazione, viene programmato un audit di controllo in una data più o meno vicina.

- «Conforme»: un audit di controllo viene effettuato ogni anno.
- «Non conformità minore»: un audit di follow-up viene effettuato entro 6-9 mesi.
- «Non conformità maggiore»: un audit di follow-up viene effettuato entro 3 mesi.

Avviamo un processo di miglioramento concertato con i fornitori interessati per correggere le non conformità rilevate ed adeguare la frequenza dei nostri controlli. In rari casi, se il processo di miglioramento avviato non porta al rispetto delle nostre condizioni etiche, il rapporto contrattuale viene interrotto. Tutti i nostri fornitori «nominati» Tier 1 e Tier 2 sono controllati annualmente sulle questioni sociali.



COS'È UN AUDIT DIGITALE?

Per proseguire i controlli nonostante le restrizioni di viaggio dovute alla pandemia, nel 2020 abbiamo introdotto gli audit da remoto che comportano:

- Intervista preliminare con la direzione della fabbrica
- Tour virtuale dell'impianto. Il processo non è perfetto ma ci aiuta a renderci conto della situazione della fabbrica. Il tour si concentra su rischio incendio, rischio elettrico e sicurezza degli edifici
- Analisi della documentazione (contratti di lavoro, certificati di costruzione, ecc.)

Questo audit digitale è studiato per analizzare tutte le parti del cosiddetto audit sociale «classico» fatta eccezione per le interviste con i lavoratori, in quanto gli strumenti utilizzati non garantirebbero la riservatezza delle testimonianze.

SITUAZIONE NEL 2021

98,4%

DI AUDIT MOSTRANO LA CONFORMITÀ O NON CONFORMITÀ MINORI (96.5% nel 2020).

METODOLOGIA E DEFINIZIONI

CONTESTO

In conformità con l'ordinanza n. 2017-1180 del 19 luglio 2017 sulla pubblicazione di informazioni non finanziarie da parte di alcune grandi aziende e gruppi di società che soddisfano determinati criteri, nonché con la legge n. 2017-399 del 27 marzo 2017 sul dovere di vigilanza delle società madri e delle imprese istruttrici, il Gruppo KIABI ha redatto la presente dichiarazione di performance extra-finanziaria che comprende:

- misure per identificare e prevenire i danni sociali, aziendali e ambientali legati alla sua attività, nel quadro di un obbligo di mezzi, per l'anno 2021;
- misure di ragionevole diligenza per identificare e prevenire gravi abusi dei diritti umani, delle libertà fondamentali, della salute e della sicurezza degli individui e dell'ambiente, nel quadro di un obbligo di mezzi, per l'anno 2021.

Il Gruppo Kiabi ha scelto di produrre un unico documento, rispettando gli obblighi di cui sopra. Gli elementi riguardanti il piano di vigilanza sono identificati con un asterisco: 

Questo documento, pur includendo gli elementi del Compliance Plan, sarà denominato «Dichiarazione di performance non finanziaria».

La Dichiarazione riguarda tutte le società appartenenti al Gruppo Kiabi, vale a dire tutte le società francesi e straniere controllate direttamente e indirettamente, ai sensi dell'articolo L.233-3 del Codice Commerciale francese, da BUNSHA INTERNATIONAL (la società madre), nonché tutti i suoi fornitori e subappaltatori (da questo momento in poi denominati «Fornitori») con i quali ha un rapporto commerciale stabilito.

C'è una relazione commerciale stabilita, in accordo con la giurisprudenza francese, a condizione che ci sia una relazione commerciale stabile e regolare.

In questa Dichiarazione, con il termine «stakeholder» si intendono i fornitori, subappaltatori, fornitori di servizi, clienti, franchisee, affiliati, agenti, associazioni e collaboratori di Kiabi Group.

Per «collaboratori», intendiamo tutti i dipendenti del Gruppo Kiabi, siano essi a tempo indeterminato o determinato, a tempo parziale o a tempo pieno (chiamati «Kiaber»).

I rischi di danno grave sono definiti in termini di gravità e frequenza (tenendo conto dell'estensione e della reversibilità del danno).

L'articolo L. 225-102-1 del Codice di Commercio francese esige l'inclusione sistematica di alcune informazioni nella Dichiarazione di performance extra-finanziaria, oltre ai rischi extra-finanziari specifici della nostra attività.

Elementi obbligatori che devono essere affrontati nella Dichiarazione

- Economia circolare trattata nel paragrafo «Fine vita e riciclo»
- Il cambiamento climatico discusso nel paragrafo «Impronta di carbonio e biodiversità»
- I contratti collettivi conclusi dall'azienda e il loro impatto sui risultati economici dell'azienda e sulle condizioni di lavoro dei dipendenti trattati nei paragrafi «Dialogo sociale fluido: la chiave per un clima sociale sereno», «Preservare la salute e la sicurezza dei Kiaber è una priorità».

Va notato che abbiamo 1 Comitato Centrale Sociale ed Economico e 4 Comitati Sociali ed Economici, 3 dei quali hanno un Comitato per la Salute, la Sicurezza e le Condizioni di Lavoro così come i Rappresentanti del Personale nei negozi. I 4 CSE riguardano le aziende francesi Kiabi Europe, Kiabi Logistique, Kiabi Logistique Hem e Bunsha. Gli accordi conclusi si applicano a queste società francesi, che hanno una legislazione e obblighi specifici. Gli altri Paesi fanno lo stesso in base alla legislazione locale.

Per il 2021, non è stato concluso alcun accordo relativo alla situazione sanitaria, ma sono stati organizzati CSE straordinari e CSSCT più regolari.

Nel 2021, per gli accordi SEU :

o Firmato l'accordo sulla parità professionale tra donne e uomini 2021 – 2024 il 01/09/2021

o Accordo per la disabilità 2021/2023 firmato il 23/06/2021

- La diversità trattata nel paragrafo «Diversità: la chiave del benessere e della performance sul lavoro»
- La disabilità affrontata nel paragrafo «Diversità: la chiave del benessere e della performance sul lavoro»
- Il rispetto degli animali è considerato irrilevante in quanto:
 - o solo lo 0,04% degli accessori e calzature acquistati nel 2021 contengono pelle
 - o lo 0,65% delle collezioni Estate e Inverno 2021 contiene lana non prevalente (dalla tabella dei materiali 2021) e nessun indumento contiene pelliccia
- La lotta contro lo spreco alimentare è considerata irrilevante per la nostra attività
- La lotta contro l'insicurezza alimentare è considerata irrilevante per la nostra attività
- Il cibo responsabile, equo e sostenibile non è considerato rilevante per la nostra attività
- Le azioni per promuovere le attività fisiche e l'abbigliamento sportivo sono considerate irrilevanti, dato che solo il 3% del nostro abbigliamento è sportivo

Il Gruppo KIABI intende diventare un'azienda sociale e ambientale per incarnare una posizione rispettosa delle persone, della società e dell'ambiente. Vogliamo essere protagonisti per contribuire ad un mondo più giusto, più equo e più rispettoso.

NOTA METODOLOGICA E DEFINIZIONI

PERIODO E PORTATA DEL RAPPORTO

- I dati sociali, societari e ambientali coprono il periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre 2021.
- I dati sulle collezioni si basano sui prodotti acquistati per l'estate e l'inverno 2021.

CONTESTO E MODELLI DI BUSINESS

Fornitori Tier 1 :

Fornitori di abbigliamento, cioè coloro che lavorano direttamente per produrre i prodotti a marchio KIABI*.

Fornitori di livello 2 :

Sono filatori, tessitori, maglifici, tintori, fornitori di accessori come bottoni, chiusure, ecc. Si dividono in due categorie: i «nominati» ai quali facciamo riferimento per materie prime standard e i «non nominati» per i quali non è così.

Corner "Nuova Vita by Kiabi":

Si tratta di uno spazio presente in alcuni negozi in cui è disponibile un'offerta di capi di seconda mano che possono così trovare un secondo proprietario e una seconda vita, favorendo l'economia circolare.

Kiaber Azionisti : il 60,67% dei collaboratori sono azionisti (4473 dipendenti su 7372 aventi diritto sul territorio francese e spagnolo).

In dettaglio:

- Francia: 3801 dipendenti su 6024 aventi diritto
- Italia: 67 dipendenti su 400 aventi diritto
- Spagna: 605 dipendenti su 948 aventi diritto.

Governance e strategia del gruppo KIABI :

Business unit (o «BU») significa «unità organizzativa» o «perimetro» e definisce un'entità dell'azienda e/o un dipartimento dell'azienda che agisce come una parte distinta e ha qualche forma di autonomia nel suo funzionamento. Esempi di business unit sono: marketing, collezioni, finanza, distribuzione, Francia, Spagna, Italia... o il franchising internazionale.

Visione :

Proiezione delle ambizioni e delle missioni di Kiabi a livello globale nei prossimi 10 anni. Questi elementi strutturano poi i piani strategici e le roadmap annuali del gruppo, delle varie BU e dipartimenti.

Mappatura dei rischi :

La mappatura dei rischi non finanziari è stata rivista nel 2020. È esaustiva e rappresentativa delle sfide attuali, tenendo conto degli eventi recenti (pandemia, ecc.). Sarà rivista nel corso del 2022. Questa mappatura è stata co-costruita dal gruppo RSE e dal team di audit interno ed è stata sviluppata in diverse fasi:

- Elaborazione di schede di rischio sociale e ambientale relative al settore tessile (nome del rischio, impatti, descrizione del rischio, misure di risposta, parti interessate impattate, parti coinvolte)
- Valutazione del rischio in base a criteri specifici stabiliti dall'audit interno (frequenza e gravità), tenendo conto dell'impatto sulle persone e sul pianeta.
- Sondaggio somministrato agli stakeholder per prendere in considerazione la loro percezione dei rischi sociali e ambientali per l'ecosistema KIABI: 130 stakeholder intervistati, 77 esterni e 53 interni (fornitori di servizi, ONG, fornitori, Kiaber, banche/assicurazioni/brokers, affiliati/franchisees) il cui feedback (62% degli intervistati, cioè 87 persone) ha potuto valutare i rischi precedentemente identificati sulla base della loro percezione.
- Calcolo del punteggio totale dal punto di vista di KIABI e dal punto di vista delle parti interessate. Confronto dei due dati. Considerazione dei rischi con un punteggio di 7 o più per prendere in considerazione solo i rischi principali.

Questa mappa dei rischi è stata presentata e convalidata dal Direttore dello sviluppo sostenibile. I rischi delineati nella sezione Strategia e Governance sono monitorati attraverso gli indicatori menzionati nella relazione.

PER UNA MODA PIÙ RESPONSABILE IMPRONTA DI CARBONIO E BIODIVERSITÀ

Biodiversità (fonte "I Care", rapporto biodiversità Kiabi 2020)

La biodiversità, o diversità biologica, si riferisce agli organismi viventi di qualsiasi origine, compresi gli ecosistemi terrestri, marini e acquatici, e i complessi ecologici a cui appartengono. Include la diversità all'interno delle specie e tra le specie, la diversità degli ecosistemi e le interazioni tra gli organismi viventi.

Valutazione della biodiversità, principali rischi (fonte "Millennium Ecosystem assessment", 2005) :

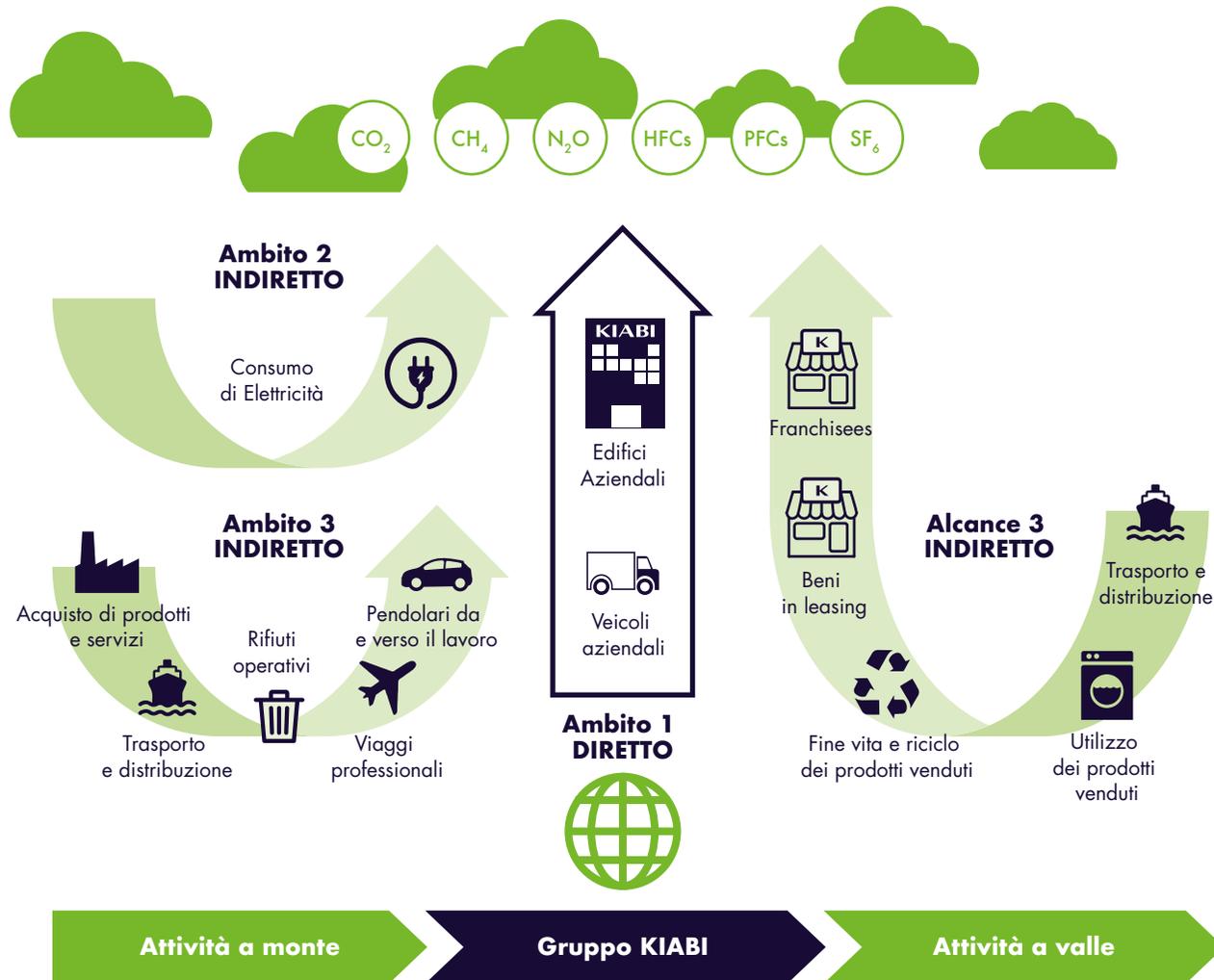
- Degrado dell'habitat: distruzione, frammentazione o disturbo dell'ambiente naturale che impatta sulla vita delle specie (fauna, flora)
- Cambiamento climatico: influenza gli ambienti naturali attraverso l'aumento del livello del mare e dell'intensità degli eventi estremi, l'aumento delle precipitazioni, l'acidificazione degli oceani.
- Inquinamento: le sostanze tossiche vengono emesse e disperse nell'aria, diffuse nell'acqua, riversate nel suolo
- Sfruttamento eccessivo delle risorse biologiche: sfruttamento che va oltre la capacità di rinnovamento dello stock (per esempio, pesca, silvicoltura, grandi mammiferi)
- Specie invasive: la loro introduzione, intenzionale o non intenzionale, in un ecosistema, al di fuori del loro ambiente nativo, altera l'equilibrio locale.

Impronta di carbonio, ambito 1 / 2 / 3 :

copre le emissioni dirette (ambito 1), le emissioni indirette legate all'energia (ambito 2) e altre emissioni indirette (ambito 3)

Gas a effetto serra :

Componenti gassosi che assorbono la radiazione infrarossa emessa dalla superficie terrestre e contribuiscono così all'effetto serra. (fonte : Wikipédia)



(fonte I Care and Consult, adattato dal GHG Protocol)

IL CICLO DI VITA DEL PRODOTTO**Design del prodotto :**

- Fibra: materia prima derivata dall'agricoltura (vegetale, animale), dalla lavorazione di prodotti petroliferi (sintetica) o dalla lavorazione chimica di materie naturali (artificiale).
- Filatura: trasformare una fibra in filato mediante torcitura per le fibre naturali (vegetali, animali). Per le fibre artificiali o sintetiche, il processo permette di ottenere direttamente un filamento continuo, usato da solo o combinato.
- Tessitura: realizzare un tessuto (chiamato anche stoffa) intrecciando i fili (ordito in una direzione, trama nell'altra) ad angolo retto, usando un telaio.
- Lavoro a maglia: realizzare un tessuto a maglia mediante la formazione di anelli ad incastro (punti) su un filo continuo utilizzando una macchina per maglieria.
- Lavaggio: un processo che conferisce a un prodotto finito un aspetto invecchiato e sbiadito, spesso usato per i pantaloni in denim. Lo stone washed è di solito realizzato in una macchina a tamburo con acqua e calcare per dare morbidezza e un effetto usura irregolare.
- Confezione: l'insieme delle operazioni di assemblaggio di un indumento o di un accessorio. Le fasi principali sono il taglio del tessuto e il suo assemblaggio su una macchina da cucire.
- Denim: tessuto di cotone o misto cotone molto forte grazie alla sua tessitura. È tradizionalmente bicolore: ordito blu e trama bianca.

Le fibre tessili sono classificate come segue :

Fibre naturali

- Le fibre vegetali presenti in natura sono elencate di seguito :

- Cotone: usato da Kiabi
- Lino: usato da Kiabi
- Juta, canapa: non utilizzati da Kiabi
- Lattice del tessuto laticifero dell'albero della gomma: non utilizzato da Kiabi.
- Sisal ricavato da foglia: non utilizzato da Kiabi.

- Le fibre animali non sono qui incluse perché non sono utilizzate da Kiabi (tranne la lana, che rappresenta lo 0,65% dei nostri acquisti, escluse le scarpe e i prodotti specifici per il web).

Fibre chimiche :

- Le fibre sintetiche, ottenute da reazioni chimiche di idrocarburi o amido, sono le seguenti :

- Poliestere: usato da Kiabi
- Poliammide: usato da Kiabi
- Acrilico: usato da Kiabi
- Elastane (commercializzato come Spandex o Lycra): usato da Kiabi

- Le fibre artificiali prodotte a partire da materie prime naturali sono le seguenti:

- Viscosa e viscosa più resistente (Tencel, Lyocell, Ecovero): usate da Kiabi
- Cupro: non usato da Kiabi.

I diversi tipi di cotone :

- Cotone in conversione: abbiamo già parlato del cotone in conversione nel corpo del rapporto.

- Cotone organico: coltivato con compost naturale che sostituisce fertilizzanti e pesticidi chimici, è senza OGM e il consumo di acqua per la sua coltivazione è ridotto della metà rispetto al cotone convenzionale. La rotazione delle colture nell'agricoltura biologica ossigena il suolo e ne preserva la ricchezza. La coltivazione biologica del cotone permette ai produttori di migliorare le loro condizioni di lavoro, la loro salute e quella dell'ambiente circostante.

- BCI Cotton: Better Cotton Initiative è un'organizzazione no-profit che promuove migliori standard e pratiche di coltivazione del cotone in 24 Paesi. Il cotone proveniente da agricoltori formati dall'iniziativa rappresenta oggi circa il 19% della produzione mondiale di cotone.

- Cotone riciclato: cotone proveniente da indumenti di cotone riciclati o da scarti di tessuti di cotone. Dopo aver tagliato e sfibrato i tessuti, le fibre ottenute vengono nuovamente filate.

- Cotone convenzionale: cotone prodotto con metodi di coltivazione convenzionali con un elevato apporto di acqua e l'uso di pesticidi e fertilizzanti artificiali.

Fonte di informazione: Maglieria e tessuti di Pierre Hirsch, pubblicato da Olifant (1988) Better Cotton Initiative, Global standard GmbH. Cambio di metodologia per l'indicatore relativo ai prodotti eco-progettati: nel 2019, Kiabi ha tracciato la percentuale di articoli eco-progettati venduti vs. acquistati nel 2020 per una migliore gestione.

Valutazione del ciclo di vita (LCA) di un prodotto :

Definizione: la valutazione del ciclo di vita è un metodo di valutazione standardizzato (ISO 14040 e ISO 14044) che permette la valutazione ambientale di un prodotto dalla produzione delle materie prime necessarie alla sua fabbricazione fino al suo fine vita (discarica, riciclo, ecc.), passando attraverso le fasi di utilizzo, manutenzione e trasporto.

In ogni fase, gli impatti ambientali sono definiti e possono essere confrontati.

- Basi di dati: Veritas EIME software CODDE®, ECOINVENT e IMPACT® database

- Metodologia utilizzata per la LCA dei jeans DRE32 nel 2020 :

- Abbiamo elencato i materiali, i processi industriali, gli accessori e l'imballaggio del prodotto DRE32 colore nero e abbiamo chiesto al nostro fornitore di valutare il consumo per un dato ordine durante la produzione.
- Per valutare l'impatto del consumo di materie prime, abbiamo usato le informazioni sull'etichetta di composizione del prodotto.
- Il nostro dipartimento interno di importazione/trasporto ha anche analizzato l'impatto del trasporto (km, peso, modalità di trasporto)
- Infine, abbiamo integrato i dati del software standard per calcolare gli impatti di fine vita.

TRASPORTO DI PRODOTTI

Trasporto 21 :

Un'iniziativa congiunta dell'AUTF (Association des Utilisateurs de Transport de Fret) e dell'Ademe (Agence De l'Environnement et de la Maitrise de l'Energie) che mira ad incoraggiare le aziende che agiscono come committenti di operatori di trasporto per integrare meglio l'impatto dei trasporti nella loro strategia di sviluppo sostenibile.

Il calcolo delle nostre emissioni di gas a effetto serra legate al trasporto è stato effettuato utilizzando lo strumento messo a disposizione nel quadro dell'approccio FRET 21.

- Depositi logistici. I nostri magazzini si trovano a Lauwin Planque nel nord della Francia e a La Bisbal del Penedes (vicino a Barcellona, Spagna)
- Piattaforma logistica/trasporto. Per consolidare i flussi tra i nostri magazzini e le aree di distribuzione regionali, lavoriamo con piattaforme di logistica/trasporto gestite da vettori partner. Queste piattaforme sono il punto di partenza della distribuzione verso ogni negozio e possono anche svolgere alcune attività logistiche. Ce ne sono 11 in Francia/Belgio e 1 in Italia.

Gestione delle merci invendute :

- Solicitors: negozi dell'usato, acquisto di stock invenduti per rivenderli su altri mercati. Nel quadro della nostra partnership, i rivenditori si impegnano ad operare nei Paesi in cui non siamo distributori.
- Market place: un'alternativa ai discount, gestita da un partner con lo scopo di vendere i prodotti Kiabi su una piattaforma internet.

CONFORMITÀ DEGLI IMPIANTI E DEI PRODOTTI

Regolamento europeo REACH :

REACH è un regolamento dell'Unione Europea adottato per proteggere la salute umana e l'ambiente dai rischi associati alle sostanze chimiche, promuovendo al contempo la competitività dell'industria chimica nell'UE. Sostiene anche metodi alternativi per valutare i pericoli delle sostanze per ridurre il numero di test sugli animali.

Gruppo AFIRM

Il gruppo AFIRM fornisce un forum che si propone di ridurre l'uso e l'impatto di sostanze nocive nella produzione di abbigliamento e calzature, informando e promuovendo la comunicazione e lo scambio di idee.

STANDARD 100 di OEKO-TEX® :

L'etichetta Standard 100 by OEKO-TEX® - è rilasciata da un organismo indipendente e garantisce che il livello di sostanze chimiche nocive nei nostri prodotti certificati sia inferiore ai limiti pericolosi per la salute degli utenti.

VERSO UN CONSUMO PIÙ RESPONSABILE

Reforest' action :

- Carbonio immagazzinato: un albero immagazzina circa 150 kg di CO² in 30 anni. Questa cifra proviene dal metodo di calcolo definito nel libro «Forêt et Carbone» pubblicato nel 2015, prendendo come riferimento un progetto di una foresta francese piantata seguendo il metodo sostenibile più diffuso. Il risultato indica la quantità di CO² immagazzinata per ettaro di foresta. È interessante notare che nelle zone tropicali, un albero immagazzina circa 300 kg di CO² in 30 anni («Atlas des forêts dans le monde», Boulier e Simon, 2010). Tuttavia, manteniamo il riferimento di 150 kg di CO² per albero per non sopravvalutare il nostro impatto sull'ambiente.
- Numero di rifugi creati per la biodiversità: uno studio dell'IRSTEA pubblicato su Biological Conservation stabilisce delle correlazioni tra la specie di un albero e il numero di microhabitat che esso ripara nella sua corteccia, nei suoi rami o nelle sue cavità. Un albero a foglie caduche fornisce una media di 3 rifugi per animali, mentre un albero di conifere fornisce una media di 2,5 rifugi per animali.
- Mesi di ossigeno creati: secondo Thomas Similowski, esperto di polmoni dell'APHP, una persona adulta consuma circa 700 g di O² al giorno. Tuttavia, secondo i nostri esperti forestali, un albero produce tra 20 e 150 kg di O² all'anno. Per coprire il fabbisogno di ossigeno di una persona per un anno, sono quindi necessari in media 3 alberi. Questo corrisponde all'equivalente di un albero piantato per 4 mesi di ossigeno
- Posti di lavoro creati: secondo un articolo della FAO del 2009 nella rivista Unasyva - 233 - «Creating forestry jobs to boost the economy and build a green future», le attività di afforestazione e riforestazione sono le migliori opportunità di creazione di posti di lavoro. I 5 milioni di ettari piantati ogni anno creano da 4 a 5 milioni di posti di lavoro a tempo pieno

PER UNA MODA PIÙ INCLUSIVA

«LE PETIT MAGASIN» IL BUSINESS SOCIALE DI KIABI

Grand prix de la good Économie :

Il Grand Prix de la Good Economie premia le migliori iniziative delle aziende impegnate in una trasformazione ecologica, sociale e solidale delle loro attività, al servizio del bene comune. L'evento è organizzato da «The Good», il principale media BtoB per la trasformazione ecologica, sociale e solidale di marche e aziende. Lanciato a settembre 2020, The Good intervista coloro che sono impegnati nella trasformazione sostenibile dei modelli di business, identifica le migliori pratiche e mette in evidenza le nuove idee e le migliori iniziative per ispirare e far nascere le trasformazioni di cui il pianeta e i suoi abitanti hanno bisogno. The Good accompagna in modo sostenibile i team delle aziende verso un orizzonte più responsabile e impegnato, verso la Good Economy.



HappyIndex® :

Il marchio ChooseMyCompany si concentra sull'animazione, il miglioramento e la valorizzazione dei programmi di stage e di apprendistato. Il marchio è ottenuto sulla base di un questionario inviato ad ogni studente alla fine del periodo di stage o apprendistato. Un voto finale viene assegnato sulla base delle valutazioni espresse dagli studenti. ChooseMyCompany è un'azienda con la missione di migliorare le relazioni sul lavoro.



POEC (Préparation Opérationnelle à l'Emploi Collective) :

La POEC mira a fornire un accesso rapido a un lavoro duraturo (contratto a tempo indeterminato, contratto a tempo determinato o contratto di formazione professionale di almeno 12 mesi, contratto di apprendistato). Con una durata relativamente lunga e comprendendo un periodo di immersione in azienda, la POEC è riconosciuta per la sua efficacia nell'integrazione professionale delle persone in cerca di lavoro.

LA DIVERSITÀ, CHIAVE DEL BENESSERE E DELLA PERFORMANCE SUL LAVORO

Indice di uguaglianza di genere :

Questo indice è stato istituito dal governo francese nel 2018 e ha lo scopo di permettere alle aziende di misurare i loro progressi in termini di uguaglianza professionale. Il numero massimo di punti è 100. Al di sotto dei 75 punti, le aziende devono adottare misure correttive o subire sanzioni finanziarie.

5 indicatori sono utilizzati per calcolare il punteggio:

- L'eliminazione del divario salariale tra donne e uomini di età e posizione comparabili conta 40 punti
- Possibilità equivalenti di ottenere un aumento per le donne e gli uomini conta 20 punti
- Possibilità equivalenti di promozione per le donne e gli uomini conta 15 punti
- Gli aumenti decisi durante il congedo per maternità contano 15 punti.
- La presenza di almeno quattro donne tra le 10 retribuzioni più alte in azienda conta 10 punti.

(Dati relativi alla Francia)

I KIABER NEL CUORE DELLA MODA

I dati relativi ai collaboratori corrispondono esclusivamente a persone con un contratto di lavoro in un'entità del Gruppo Kiabi. Non includono dati su lavoratori temporanei, lavoratori autonomi, fornitori di servizi o tirocinanti. Gli studenti lavoratori (contratti di formazione professionale e contratti di apprendistato) sono inclusi nel campo di applicazione.

L'ambito include tutti i Kiaber delle entità del gruppo Bunsha International. Tuttavia, alcuni degli indicatori descritti di seguito sono stati calcolati solo per alcune delle società legali e gli ambiti di riferimento sono menzionati per ogni indicatore qui di seguito. Le basi per il calcolo della maggior parte degli indicatori quantitativi in Francia sono tratte dal nostro software di paga SMART HR. Per gli altri Paesi, utilizziamo software diversi o ricorriamo ad un fornitore di servizi paga.

Definizioni degli indicatori inclusi:

Organico al 31/12/2021 :

Si tratta del numero totale di Kiaber (contratti a tempo determinato / indeterminato e studenti lavoratori) presenti al 31/12/2021. I Kiaber sono classificati in base al sesso, all'età, all'orario di lavoro (full-time/part-time), al tipo di contratto (a tempo determinato, indeterminato) e al livello.

Turnover :

La formula usata per calcolare il turnover è la seguente :

- $(n^{\circ} \text{ di partenze CDI nell'anno } N + n^{\circ} \text{ di assunzioni CDI nell'anno } N) / 2$ / numero di dipendenti CDI al 1° gennaio dell'anno N.
 - Per partenza si intende il numero di persone che hanno lasciato una delle nostre entità durante l'anno. Le partenze al 31/12 non sono considerate come partenze nell'anno N ma nell'anno N+1.
 - Per assunzione si intende: il numero di persone assunte durante l'anno con contratti a tempo indeterminato. Ogni contratto conta come un'unità, che sia a full-time o part-time.
 - Nel calcolo non rientrano i cambiamenti di tipo di contratto e i trasferimenti intra-aziendali.

Contratto full time/part-time :

Per part-time si intende che il Kiaber lavora meno dell'orario di lavoro legale del Paese. Ad esempio, per la Francia la base di riferimento è 35 ore, per il Portogallo è di 40 ore.

Tasso di assenteismo: corrisponde al numero di giorni di calendario di assenza in relazione al numero di giorni di calendario teoricamente lavorati.

- Il numero di giorni lavorativi teorici del calendario è il numero di giorni lavorativi contrattuali senza calcolare le assenze durante l'anno. Il numero di giorni di calendario è equivalente a 365. Un numero teorico di giorni lavorativi sarebbe 365 - vacanze - giorni festivi.
- Per i dirigenti, il calcolo è il seguente: n° di giorni di calendario di assenza (numero di giorni di assenza per maternità, infortunio, ecc.) / n° di giorni di calendario (una persona presente tutto l'anno) = 365). Tutti i tipi di assenze sono presi in considerazione.

Attenzione :

- Per il Belgio, il numero di giorni di calendario è inteso come il numero di giorni contrattuali teorici lavorati in un mese, cioè 20 giorni in media, mentre per gli altri Paesi, il numero di giorni di calendario è 28.
- Per l'Italia, il calcolo si basa sulle ore e non sui giorni di assenza.

Questi due Paesi non sono inclusi nel calcolo del tasso mondiale.

Tasso di frequenza degli infortuni sul lavoro :

Questo indicatore include il numero di infortuni sul lavoro con assenze durante l'anno N ed è calcolato come segue: n° di incidenti sul lavoro con assenze x 1.000.000 / Numero di ore di lavoro retribuito.

- Gli infortuni sono classificati per tipo di attività: negozio, sede, magazzino.
- Gli infortuni in itinere non sono inclusi in questo calcolo.

Tasso di malattie professionali :

Questo indicatore è calcolato come segue: n° di malattie professionali dichiarate dalla CPAM (per la Francia) o da altri organismi statali (per gli altri Paesi) durante l'anno N / n° di dipendenti al 31/12 dell'anno N.

Tasso di dipendenti con disabilità :

Questo indicatore è calcolato secondo la seguente formula: n° di Kiaber riconosciuti come disabili al 31/12 dell'anno N / n° totale di Kiaber al 31/12 dello stesso anno.

Corsi di formazione :

- Il numero di ore di formazione di un collaboratore deve essere convalidato da un foglio di presenza firmato dal dipendente formato. In questo calcolo sono incluse le ore di e-learning, la formazione interna e le formazioni esterne.
- La % di Kiaber formati è il n° di dipendenti formati per il numero di dipendenti presenti al 31/12 dell'anno N.
- Il numero medio di ore di formazione per dipendente formato è calcolato come segue: ore totali di formazione / n° di dipendenti formati.

I NOSTRI PARTNER: GLI STAKEHOLDER DEL NOSTRO APPROCCIO SOCIALE**Consorzio per il diritto del lavoratore :**

Il Worker Rights Consortium conduce indagini indipendenti e approfondite, pubblica rapporti sulle fabbriche che producono per i grandi marchi e assiste i lavoratori per porre fine agli abusi sul lavoro e difendere i loro diritti in ambito professionale.

Audit sociale :

Si tratta di una valutazione della conformità sociale delle fabbriche, il cui risultato, sotto forma di un rapporto di audit che include un punteggio, fornisce informazioni sulla performance sociale dei fornitori. Comprende una visita alla fabbrica senza preavviso, controlli a campione su documenti, interviste con i lavoratori, ecc. I temi degli audit sociali sono la sicurezza degli edifici, il pagamento equo delle ore lavorate, l'assenza di lavoro forzato, ecc.

AMFORI :

L'associazione commerciale leader nel mondo per il commercio aperto e sostenibile permette ai suoi membri di condividere i loro risultati di audit sociali (via BSCI) e ambientali (via BEPI).

La Business Social Compliance Initiative (BSCI) :

o «Corporate Social Compliance Initiative», è un servizio incentrato sul business fornito dalla Foreign Trade Association (FTA) a rivenditori, importatori e marchi che si impegnano a migliorare le condizioni di lavoro nelle loro catene di fornitura internazionali. Fornisce alle aziende un codice di condotta comune e un piano d'azione che si applica a tutti i settori e a tutti i Paesi di produzione.

La Business Environmental Performance Initiative (BEPI) :

La Corporate Environmental Performance Initiative è un servizio incentrato sul business fornito dalla Foreign Trade Association (FTA) a rivenditori, importatori e marchi che si impegnano a migliorare le prestazioni ambientali della loro attività, delle loro fabbriche e produzioni agricole in tutto il mondo. Il BEPI fornisce un quadro pratico che può aiutare tutti i settori di prodotti in diversi Paesi a ridurre l'impatto ambientale, i rischi commerciali e i costi attraverso migliori pratiche ambientali.

Sono esclusi dall'ambito degli audit di conformità sociale e ambientale :

- Fornitori di Livello 1 per gli articoli non di marca KIABI venduti solo sul nostro sito web. Queste esclusive rappresentano l'1,1% delle nostre quantità vendute nei negozi e sul web.
- Fornitori di Livello 2 che non sono stati dichiarati dai nostri fornitori di Livello 1.
- Tutti i nostri fornitori di Livello 3.

In generale, i fornitori sono elencati in base all'ubicazione dell'ufficio acquisti che li gestisce. Le fabbriche, invece, sono elencate in base al Paese di produzione. Questo è il motivo per cui alcuni Paesi come Cambogia, Vietnam, Myanmar ed Etiopia hanno fabbriche ma nessun fornitore elencato.

APPENDICE 1: I NOSTRI INDICATORI DI PERFORMANCE

AMBIENTE

CAMBIAMENTO CLIMATICO	2018	2019	2020	2021
Co2 emissioni (in tonnellate)	2,8			

DESING DEL PRODOTTO	2018	2019	2020	2021
% Offerta in eco-design (in pezzi)		19%	34%	66%
% di materie sostenibili (in pezzi)			32%	64%
- Cotone organico			26%	51%
- Cotone BCI			4%	6%
- Cotone in conversione			0%	0%
- Cotone riciclato			0%	1%
- Lino, Canapa			0%	1%
- Lana Vergine			0%	0%
- Materiali Sintetici Riciclati (Poliestere, Poliammide, Acrilico)			1%	3%
- Materiali di cellulosa più sostenibili (Ecovero, Lyocell, Tencel...)			1%	1%
Quota di materiali (in peso)				
- Cotone			67%	70%
- Poliestere			19%	19%
- Viscosa				6%
- Polyammide			3%	3%
- Altro			11%	2%
% Di materiale riciclato (in peso)			1%	5%
% Monocomponenti tessili prodotti	45%	46%	47,70%	50,60%
% Denim in cotone riciclato			1%	15%
% Denim Eco wash		29%	42%	80%

CONFORMITÀ DEL PRODOTTO	2018	2019	2020	2021
Prodotti soggetti a controlli		52	39	48
Numero di prodotti ritirati dalla vendita		20	12	15
Numero di prodotti restituiti dai nostri clienti		2	2	1

TRASPORTI	2018	2019	2020	2021
% di quantità spedita dal paese di produzione				
- Bangladesh	34%	37%	39%	41%
- Cina	29%	26%	26%	28%
- India	18%	16%	13%	12%
- Cambogia	8%	7%	6%	6%
- Pakistan	2%	3%	4%	5%
- Myanmar	3%	6%	6%	2%
- Indonesia	3%	2%	2%	3%
- Vietnam	2%	1%	1%	1%
- Turchia	1%	1%	2%	3%
- Etiopia	0%	0%	0%	0%
- Sri Lanka	0%	0%	0%	0%
- Marocco	0%	0%	0%	0%
% Importatori	95%	95%	96%	96%
% Importatori Europei	5%	5%	4%	4%
Trasporto a monte				
- Partenza dal paese d'origine				
- Mare	93%	92%	87%	90%
- Aria (incluso trasporto marittimo + aereo)	5%	5%	10%	6%
- Treno	1%	1%	1%	1%
- Camion	1%	2%	2%	4%
- Arrivo Europa				
- Camion	82%	72%	65%	89%
- Multi-modalità (Treno + Chiatto)	18%	28%	35%	11%

FINE VITA	2018	2019	2020	2021
Tonnellate di tessile e scarpe raccolte	38	112	119	180
% Tonnellate raccolte rispetto a tonnellate immesse sul mercato N-2				0,6%

 Non disponibile

 Non disponibile

IMPEGNO PER LA SOCIETÀ'

PETITS MAGASINS: BUSINESS SOLIDALE	2018	2019	2020	2021
N Aperture	0	0	3	6
N totale di Petits Magasins	1	1	4	10
Pezzi donati			100 000	427 740
N di formatori interni				33
Ore di formazione dispensate da Kiaber a persone in inserimento				1 541
N di persone in percorso di inserimento				36
N di famiglie beneficiarie				27
N di pezzi venduti				94 748
N di posti di lavoro creati				18

FONDI DI DOTAZIONE: KIABI LIFE				
Donazioni alle associazioni partner				106 430
Beneficiari				10 000
N di Kiaber coinvolti				6 850

AZIONI DI SOLIDARIETÀ				
€ donati ad associazioni da parte di entità del gruppo				984 216
€ donati ad associazioni da parte dei nostri clienti				1 063 000
Alberi piantati in collaborazione con Reforest' Action				500 000

DIVERSITÀ				
% di collaboratori diversamente abili				2,80%
- Francia		5,40%	5%	3,60%
- Spagna		3,50%	2,90%	3,20%
- Italia		2,80%	0,90%	1,30%
- Portogallo		0%	0%	0%
- Belgio		0%	0%	0%
- Russia		0,9%	0,9%	0,8%
- Asia		0,3%	0,3%	0,3%
Indice di parità Uomo Donna (Francia)	93	97	92	98

SOCIALE

	2018	2019	2020	2021
Effettivi	10315	10052	9155	9107
- % Manager				18%
- % Impiegati				82%
- % Uomini				18%
- % Donne				82%
- % Full-time				54%
- % Part-time				46%
- % Età < 30 Anni				41%
- % Età 30-50 Anni				47%
- % Età > 50 Anni				12%
- % CDD				19%
- % CDI				81%

Effettivi nel dettaglio per Paese	2018	2019	2020	2021
- Territori francesi	6426	6508	6204	6026
- Spagna	1532	1513	1262	1255
- Italia	609	579	533	616
- Portogallo	53	99	67	98
- Belgio	208	303	246	294
- Russia	816	653	545	517
- Asia	572	306	298	301
- Brasile	99	91		

Kiaber Soddisfatti (GPTW)	2018	2019	2020	2021
Kiaber Soddisfatti (GPTW)	81%			73%
- Territori francesi	81%			71%
- Spagna	85%			79%
- Italia	84%			77%
- Portogallo				89%
- Belgio				82%
- Russia	78%			76%
- Asia	74%			Dato non disponibile

	2018	2019	2020	2021
Turnover				9,70%
- Territori francesi	16%	18,0%	10,6%	14,4%
- Spagna		10,0%	3,1%	15,4%
- Italia		9,0%	6,8%	5,9%
- Portogallo		97,8%	42,6%	56,1%
- Belgio			8,0%	18,5%
- Russia			26,7%	45,2%
- Asia		0,7%	0,9%	0,9%
FORMAZIONE				
N ore di formazione dispensate			59757	97040
- Territori francesi	78023	78623	48933	56803
- Spagna			5900	21129
- Italia			1107	2690
- Portogallo		1548	4435	2137
- Belgio			278	
- Russia			1210	11038
- Asia		8695	1364	3243
% di collaboratori formati				98%
- Territori francesi	70%	79%	80%	99%
- Spagna			27%	
- Italia			41%	100%
- Portogallo			35%	63%
- Belgio		72%	100%	
- Russia			40%	
- Asia				
N ore di formazione per collaboratore formato				9
- Territori francesi		12	10	10
- Spagna			18	
- Italia			5	6
- Portogallo		22	66	36
- Belgio			3	
- Russia			6	
- Asia		5	3	
N di persone formate nelle scuole interne			403	591
N di mobilità interne				142

	2018	2019	2020	2021
Malattie professionali				0,6%
- Territori francesi	0,3%	0,5%	0,4%	0,5%
- Spagna		0,3%	0,2%	0,2%
- Italia		0,0%	0,0%	0,0%
- Portogallo		0,0%	0,0%	0,0%
- Belgio		0,0%	0,0%	0,0%
- Russia		0,0%	0,0%	0,0%
- Asia		0,0%	0,0%	0,0%

	2018	2019	2020	2021
Assenteismo				5,3%
- Territori francesi	10%	5,0%	5,2%	5,5%
- Spagna		5,4%	6,5%	6,0%
- Italia		1,6%	2,0%	2,6%
- Portogallo			31,8%	21,9%
- Belgio			3,2%	
- Russia			2,1%	4,1%
- Asia		0,7%	0,6%	0,8%

	2018	2019	2020	2021
Tasso di frequenza degli infortuni sul lavoro				15,41
- Territori francesi	40,65	22,14	16,02	17,21
- Spagna			14,07	
- Italia			5,15	3,26
- Portogallo			541,13	
- Belgio				4,91
- Russia				
- Asia			374,60	

Non disponibile

Non disponibile

CONFORMITA' SOCIALE

FORNITORI	2018	2019	2020	2021
Numero di fornitori di Livello 1	150	137	138	144
Cina	63	60	63	54
Bangladesh	21	23	22	23
India	20	15	17	21
Indonesia	3	1	1	1
Pakistan	4	5	6	6
Turchia	4	5	7	17
Marocco	5	5	4	4
Importatori Europei	30	22	18	17
Sri Lanka		1		1
Numero di fornitori di Livello 2		181	253	219
Cina		27	25	26
Bangladesh		138	209	169
India		16	19	17
Numero di fornitori di Livello 2 - Processi a umido		64	67	64
Cina		9	7	8
Bangladesh		41	45	46
India		14	15	10

STABILIMENTI	2018	2019	2020	2021
Numero di stabilimenti di Livello 1		414	387	405
Cina			103	112
Bangladesh			64	61
India			42	49
Indonesia			1	1
Pakistan			7	7
Turchia			16	23
Marocco			4	4
Importatori Europei			111	106
Sri Lanka			1	1
Etiopia			1	1
Vietnam			3	4
Cambogia			18	17
Myanmar			16	19

STABILIMENTI	2018	2019	2020	2021
Numero di stabilimenti di Livello 2		434	519	428
Cina		141	155	166
Bangladesh		138	209	140
India		92	89	74
Indonesia		6	6	1
Pakistan		9	14	17
Turchia		17	17	20
Marocco		13	16	1
Importatori Europei		8	7	0
Sri Lanka		0	0	2
Vietnam		0	0	1
Cambogia		4	3	4
Myanmar		6	3	0
Altri (Tailandia 1, Germania 1)		0	0	2
Numero di stabilimenti di Livello 2 - Processi a umido		179	168	151

 Non disponibile

FORMAZIONE CODICE DI CONDOTTA	2018	2019	2020	2021
% fronitori di Livello 1 formati al nostro codice di condotta	71%	79,6%	96,4%	91,0%

CONFORMITÀ AMBIENTALE	2018	2019	2020	2021
Numero di audit ambientali degli stabilimenti di Livello 1 e 2	25	49	90	138
Cina	6	17	54	56
Bangladesh	19	32	30	43
Inde	0	0	4	19
Indonesia	0	0	0	1
Pakistan	0	0	1	14
Turchia	0	0	0	3
Cambogia	0	0	1	2
Numero totale di audit ambientali di stabilimenti di Livello 1	8	6	8	24
Peso degli audit ambientali di stabilimenti di Livello 1 sul totale	32%	12%	9%	17%
Numero totale di audit ambientali di stabilimenti di Livello 2	17	43	82	114
Peso degli audit ambientali di Livello 2 sul totale	68%	88%	91%	83%
Numero di audit Ambientali di stabilimenti di Livello 2 processi a umido in totale		43	78	111
Peso degli audit ambientali di Livello 2 processi a umido sul totale		88%	87%	80%
% stabilimenti di Livello 2 dei processi ad alta intensità idrica		24%	46%	74%
% di conformità (conforme + lievemente non conforme) degli audit sociali (stabilimenti di Livello 1 e 2)				87%

CONFORMITÀ SOCIALE	2018	2019	2020	2021
Numero di audit sociali di stabilimenti di Livello 1 e 2	607	835	832	1016
Cina	218	255	288	328
Bangladesh	113	206	215	244
India	167	145	104	163
Indonesia	4	1	2	4
Pakistan	11	20	25	37

CONFORMITÀ SOCIALE	2018	2019	2020	2021
Turchia	9	21	27	78
Marocco	19	14	13	4
Importatori Europei	5	125	123	106
Sri Lanka	5	2	2	7
Etiopia	0	1	1	0
Vietnam	6	6	6	5
Cambogia	28	21	12	22
Myanmar	18	18	14	15
Altri (Germania, Egitto e Thailandia)	4	0	0	3
Numero di audit sociali di stabilimenti di Livello 1 in totale	493	626	572	623
Peso degli audit sociali di stabilimenti di Livello 1 sul totale	81%	75%	69%	61%
Numero di audit sociali di stabilimenti di Livello 2 in totale	114	209	260	393
Peso degli audit sociali di stabilimenti di Livello 2 sul totale	19%	25%	31%	39%

% di conformità (conforme + lievemente non conforme) degli audit sociali (stabilimenti di Livello 1 e 2)	2018	2019	2020	2021
	89,7%	95,8%	96,5%	98,4%
Cina		94,1%	97,6%	98,8%
Bangladesh		97,1%	97,7%	98,4%
India		93,8%	84,6%	96,9%
Indonesia		100%	100%	100%
Pakistan		100%	100%	100%
Turchia		100%	100%	98,7%
Marocco		100%	100%	100%
Importatori Europei		99,2%	99,2%	98,1%
Sri Lanka		100%	100%	100%
Etiopia		100%	100%	
Vietnam		83,3%	100%	100%
Cambogia		95,2%	100%	100%
Myanmar		88,9%	100%	100%
Altri (Germania, Egitto e Thailandia)				100%

Non disponibile

APPENDICE 2: CONTRATTI COLLETTIVI

FRANCIA

TIPO DI ACCORDO	TEMATICA	AZIENDA INTERESSATA	OBIETTIVI DELL'ACCORDO	KPI DELL'ACCORDO	FOLLOW-UP IN COMMISSIONE CON I RAPPRESENTANTI DEI LAVORATORI
Benessere e disconnessione	Benessere sul lavoro	UES	Mantenere l'equilibrio tra la qualità di vita del dipendente e la performance dell'azienda	Sondaggio GPTW	1 volta / anno
CSE Dialogo sociale	Benessere sul lavoro	UES	Co-costruire la nuova organizzazione degli organi di rappresentanza dei lavoratori della UES con i rappresentanti dei lavoratori (CSE, CSEC, commissioni e rappresentanti locali)	No	N/A
Parità di genere	Uguaglianza di genere	UES	Garantire, promuovere ed incoraggiare l'uguaglianza professionale tra i dipendenti di entrambi i sessi. 5 aree di impegno: occupazione, formazione professionale, accesso alla mobilità e alla promozione interna, retribuzione, condizioni di lavoro / equilibrio tra vita lavorativa e vita privata / esercizio della responsabilità genitoriale.	Esempi: - Diffusione di un modulo di e-learning per promuovere la diversità: destinato a chi si occupadi selezione. - Numero di persone che hanno beneficiato della formazione entro i 12 mesi dal rientro a seguito di una lunga assenza. - Monitoraggio delle differenze di retribuzione tra donne e uomini nella stessa posizione e allo stesso livello di competenza secondo l'ED. - Numero di dipendenti in congedo parentale che hanno deciso di mantenere la copertura malattia	1 volta/anno
Disabilità	Inclusione	UES	Continuare e riaffermare il nostro impegno nei confronti delle persone con disabilità: - proseguendo la politica volta a migliorare l'accoglienza e l'integrazione all'interno delle squadre - promuovendo inserimenti di lungo periodo - garantendo il loro sviluppo professionale	- Numero di assunzioni e accordi di stage - Numero di strutture ed enti specializzate con cui collaboriamo - Tasso di accesso alla formazione per lavoratori disabili	1 volta/anno
Divario generazionale / Accordo GPEC	Inclusione	UES	Facilitare l'integrazione sostenibile dei giovani nel mondo del lavoro, incoraggiare l'assunzione di lungo periodo dei dipendenti più anziani e assicurare la trasmissione di conoscenze e competenze.	Esempi: - Assunzione di almeno 500 giovani sotto i 26 anni con contratti a tempo indeterminato - Tasso di dipendenti con più di 55 anni di età (obiettivo 2,5% della forza lavoro totale)	1 volta/anno
Accordo sull'organizzazione dell'orario di lavoro 1999 + allegati	Benessere sul lavoro	UES	Organizzazione e riduzione dell'orario di lavoro nel quadro della legge del 13 giugno 1998	No	No
Accordo orario modulato	Benessere sul lavoro	KIA	Implementare un sistema di orario di lavoro all'interno dei negozi per i dipendenti con la qualifica di impiegati	No	1 volta/anno
Accordo sul lavoro domenicale	Potere d'acquisto	KIA + LOG (2 accordi)	Implementare il lavoro domenicale e la relativa compensazione per i dipendenti che lavorano di domenica	No	No
Accordo sull'orario di lavoro in negozio	Benessere sul lavoro	KIA	Implementare un'organizzazione del lavoro uniforme per tutti i responsabili nei negozi	No	1 volta/anno
Accordo di partecipazione agli utili	Potere d'acquisto	UES		No	No
Accordo di partecipazione	Potere d'acquisto	UES		No	No
Lavoro a chiamata	Benessere sul lavoro	UES (BUNSHA + KLO)	Disciplinare il sistema di lavoro a chiamata ridefinendo la sua portata (fattispecie, fasce orarie, compensazione)	Monitoraggio del lavoro a chiamata (numeri, frequenza nel corso dell'anno)	1 volta/anno

SPAGNA

TIPO DI ACCORDO	TEMATICA	AZIENDA INTERESSATA	OBIETTIVI DELL'ACCORDO	KPI DELL'ACCORDO	FOLLOW-UP IN COMMISSIONE CON I RAPPRESENTANTI DEI LAVORATORI
Accordo sulle tariffe orarie	Equilibrio tra lavoro e vita privata	KES	Regole e regolamenti per sostenere l'equilibrio tra vita lavorativa e vita privata	Turnover e assenteismo	3 volte/anno
Accordo sui benefit	Benessere sul lavoro	KES	Benefit come ferie extra, riconoscimento compleanni, maternità/paternità...		
Disconnessione digitale	Equilibrio tra vita lavorativa e vita privata	KES	Limitare l'uso di dispositivi digitali per favorire la disconnessione	N/A	3 volte/anno
Vantaggi specifici	Potere d'acquisto	KES	Accesso a servizi come ristoranti, cinema, palestre, ecc. a prezzi ridotti	Tasso di adesione	1 volta/anno
Piano di uguaglianza e diversità	Parità di genere	KES	Garantire, promuovere e facilitare l'uguaglianza professionale tra i dipendenti, indipendentemente dal loro sesso	Turnover e assenteismo	1 volta/anno
Contribuire a garantire l'uniformità tra dipendenti	Potere d'acquisto	KES	Bonus alle squadre per l'acquisto di abbigliamento Kiabi per utilizzo professionale	Tasso di adesione	2 volte/anno
Remunerazione flessibile	Potere d'acquisto	KES	Accesso a servizi (formazione, biglietti di trasporto, biglietti per ristoranti, assicurazione medica, ecc.) a prezzi ridotti e ottenimento di benefici fiscali	Tasso di adesione	1 volta/anno
Piano di inclusione sociale	Inclusione	KES	Accordo con associazioni per l'integrazione professionale di gruppi svantaggiati	NPS e Tasso di Soddisfazione	4 volte/anno
Comitato Kiabi Live	Inclusione	KES	Sviluppo di azioni a favore della qualità della vita delle persone svantaggiate con il coinvolgimento di Kiaber	NPS e Tasso di soddisfazione	3 volte/anno
Partecipazione all'Azionariato	Potere d'acquisto	KES	Possibilità di aderire al piano di azionariato di Kiabi	Tasso di adesione	3 volte/anno

Tutti gli accordi sono rinnovati e firmati ogni anno. L'accordo di disconnessione digitale è stato firmato per la prima volta nel 2021.

ITALIA

TIPO DI ACCORDO	TEMATICA	AZIENDA INTERESSATA	OBIETTIVI DELL'ACCORDO	KPI DELL'ACCORDO	FOLLOW-UP IN COMMISSIONE CON I RAPPRESENTANTI DEI LAVORATORI
Congedo parentale	Equilibrio tra vita lavorativa e vita privata	SEKI / CIA	Garantire alle dipendenti un ritorno sereno al lavoro proponendo un percorso di CODEV (accompagnamento in intelligenza collettiva) a seguito del congedo per maternità.	Inchiesta GPTW, risultati della giornata d'ascolto HR, % di turnover	
Congedo parentale	Equilibrio tra vita lavorativa e vita privata	SEKI / CIA	Per sostenere e assistere le dipendenti nel loro periodo di maternità, se il periodo di congedo facoltativo è utilizzato in modo continuo (6 mesi), l'azienda integra lo stipendio corrisposto dallo Stato con un ulteriore 30%.	Inchiesta GPTW, tasso di FP, % di turnover	
Anticipo TFR (Trattamento Fine Rapporto)	Benessere sul lavoro	SEKI / CIA	Possibilità per il dipendente di richiedere un anticipo del TFR in determinate situazioni oltre a quelle previste dalla legge.	Inchiesta GPTW, % Fatturato	
Congedo speciale	Benessere sul lavoro	SEKI / CIA	Congedo speciale di una settimana in situazioni gravi per permettere ai dipendenti di prendersi cura di sé stessi e delle loro famiglie	Inchiesta GPTW, tasso di FP, % Turnover	
Pagamento delle domeniche e dei giorni festivi lavorati	Potere d'acquisto	SEKI / CIA	Applicazione di maggiorazioni ulteriori rispetto a quanto previsto dal contratto collettivo nazionale	Inchiesta GPTW, tasso di FP, % Turnover	
Assegnazione di 3 fine settimana liberi che i dipendenti possono posizionare all'inizio delle settimane di ferie	Equilibrio tra vita lavorativa e vita privata	SEKI / CIA	Migliorare l'equilibrio vita professionale e privata	Inchiesta GPTW, % Fatturato	
Assegnazione di ore supplementari di elasticità in relazione all'orario di lavoro settimanale	Potere d'acquisto	SEKI / CIA	Aggiungere ore ai dipendenti part-time e aumentare così il potere d'acquisto dei nostri dipendenti	Inchiesta GPTW, tasso di FP, % di turnover	

CIA: contratto integrativo aziendale che dispone la totalità di queste condizioni/vantaggi. CIA rinegoziato nel 2022.

BELGIO

TIPO DI ACCORDO	TEMATICA	AZIENDA INTERESSATA	OBIETTIVI DELL'ACCORDO	KPI DELL'ACCORDO	FOLLOW-UP IN COMMISSIONE CON I RAPPRESENTANTI DEI LAVORATORI
Maternità	Benessere sul lavoro	KSCB	Piano globale di prevenzione nell'ambito della protezione della maternità (per Assistenti alla Clientela)	N/A	No
Accordo sul lavoro domenicale	Equilibrio tra vita lavorativa e vita privata	KSCB	Attuazione della compensazione per i Kiabers che lavorano la domenica, così come di regole che garantiscono il rispetto della vita familiare e dei fine settimana	N/A	Negoziato con le parti sociali

Contatto KIABI CSR

RSEKiabi@kiabi.com

Contatti per la stampa

MCD_Mot Compte Double Agency

Alexandra Breyne

abreyne@motcomptedouble.fr

06.30.81.90.17

France Thebault

fthebault@motcomptedouble.fr

06.78.65.93.34



kiabi.com