



KIABI



# Declaración de información no financiera

2023



**Juntos,**



**E**n un contexto global convulso, que pone en jaque a nuestras organizaciones, ser una empresa familiar es una fortaleza para KIABI. De hecho, para nosotros es fundamental seguir estando aquí mañana y en el futuro. Es esta capacidad de anclarnos en el tiempo la que nos permite emprender estrategias a medio y largo plazo, de manera equilibrada con el corto plazo.

Desde hace dos años vivimos una etapa de asimilación y formación en todo lo relacionado con los desafíos medioambientales y sociales a los que nos enfrentamos. Tras analizarlos y aceptarlos, en 2023 llegó el momento de integrarlos. Por este motivo, hemos adaptado nuestra Visión 2035 para incluir estos temas de una manera más disruptiva en nuestros objetivos y en nuestra hoja de ruta. La integración de las preocupaciones medioambientales y sociales no puede ser algo secundario; forma parte ahora de la manera en que trabajamos y tomamos las decisiones. No hay vuelta atrás. Ya estamos en marcha.

Esta nueva Visión, que da un giro al rendimiento de KIABI, implica transformar toda nuestra cadena de valor. ¿Cuál será el modelo del mañana? No tenemos todas las respuestas. Tendremos que revisar la forma en que trabajamos y fortalecer aún más nuestra relación con las familias integrándolas en los cambios que vayamos implantando. Deberemos tener la mente abierta, permitirnos dudar, cuestionarnos y tomar nuevos caminos para llegar a la excelencia operativa de nuestras actividades. El desafío también es seguir apoyándonos en nuestro modelo histórico, ya que nos proporciona los medios para transformarnos, sin dejar de aferrarnos al futuro. Estoy convencida de que el choque entre estos dos mundos nos hará crecer. No somos los únicos a los que inquietan estos problemas. De hecho, cada vez le pasará a más personas y deberemos incluir en nuestro movimiento a socios, clientes, etc. Juntos lideraremos los cambios que están por llegar.

Elisabeth Cunin, Presidenta de **KIABI**

**P**ara superar las múltiples crisis y tensiones que ha vivido el mundo en 2023, siempre nos hemos guiado por nuestro deseo de ser una marca útil para las familias y de serlo de forma sostenible. Ese es el objetivo de nuestra Visión 2035. Y estoy orgulloso de haber podido compartirla con todos nuestros colaboradores y colaboradoras en noviembre de 2023. La Visión 2035 nos invita a replantearnos nuestros objetivos y a analizar qué resultados puede conseguir nuestra empresa.

De esta idea surgió el concepto de triple capital de KIABI, que integra los límites planetarios con fuertes valores de inclusión, al tiempo que garantiza el rendimiento económico.

Nos ha llevado un tiempo aprender a calibrar, identificar objetivos y comprender estos nuevos desafíos. Actualmente, el riesgo sería no hacer nada. Es imprescindible actuar para poder cumplir con nuestra responsabilidad, como empresa del sector de la moda, con el medioambiente y la sociedad. También resulta vital para garantizar el futuro de nuestro negocio. Es cierto que el camino que estamos tomando no es el más fácil y que nuestros clientes aún no esperan que abordemos estos temas. Esto requerirá decisiones valientes, que tomaremos con determinación: la fuerza de KIABI, el apoyo de nuestros accionistas y nuestra capacidad para invertir medios en estos temas nos respaldan. Nuestra Visión 2035 también nos permite cuestionar nuestra utilidad, crear profesiones que hoy no existen, mejorar nuestra propuesta de valor, desarrollar nuestros servicios, enriquecer la experiencia de nuestros clientes.

Ya estamos en movimiento y es, sobre todo, el espíritu de familia y el fuerte compromiso que todos compartimos en KIABI lo que nos permitirá impulsar el cambio.

Patrick Stassi, Director General de **KIABI**



# hacia 2035.





# índice

## 01

### Desafíos y estrategia

- |                                 |    |
|---------------------------------|----|
| Nuestra Visión 2035             | 07 |
| 40 años de «mode à petits prix» | 08 |
| Acts for a better world         | 09 |
| Nuestro modelo de negocio       | 10 |
| KIABI en el mundo               | 11 |
| Matriz de doble materialidad    | 13 |

## 02

### Actuar en favor del medioambiente

- |   |    |
|---|----|
| Desafíos e indicadores  | 16 |
| Actuar con precisión a la hora de identificar nuestro impacto | 18 |
| Redirigir la selección de materias primas                     | 25 |
| Construir e innovar en colaboración con nuestros proveedores  | 28 |
| Construir un modelo de consumo y distribución más circular    | 33 |

## 03

### Compromiso social con todas las personas

- |  |    |
|--|----|
| Desafíos e indicadores                               | 41 |
| Fomentar el potencial de cada persona                | 43 |
| Promover la igualdad de oportunidades y la inclusión | 45 |
| Mejorar las condiciones laborales                    | 50 |
| Nuestra responsabilidad social con los proveedores   | 52 |

## 04

### Gobernanza y creación de valor

- |                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| Para un rendimiento sostenible      | 56 |
| Desafíos éticos y de cumplimiento   | 62 |
| Actuar para y con nuestros clientes | 67 |
| Crear vínculos con las regiones     | 69 |
| Actuar en un ecosistema abierto     | 70 |

## 05 Anexos

## 06 Metodología y definiciones



# Desafíos y estrategias



- 1 Nuestra Visión 2035
- 2 40 años de «mode à petits prix»
- 3 Acts for a better world
- 4 Nuestro modelo de negocio
- 5 KIABI en el mundo
- 6 Matriz de doble materialidad

01

# KIABI en 2023

## Medioambiente

**2,1 M Teqco**,

es decir, una reducción del 6 % en las emisiones de CO<sub>2</sub> equivalente en términos absolutos (en comparación con 2022)

**6 %**

de productos textiles adquiridos en el nivel 1+2 de ecodiseño (siendo el 5, el nivel más alto)

**0,5 %**

de productos de segunda mano de la totalidad de artículos vendidos por KIABI

**98 975 m<sup>3</sup>**

de agua consumida en nuestras propias instalaciones

## Plano social

**55 %**

de fábricas auditadas y evaluadas de conformidad con el nivel más alto de rendimiento en cumplimiento de los estándares sociales y normativos internacionales, entre nuestros proveedores de nivel 1 y 2

**46 %**

de los empleados de KIABI han recibido formación para mejorar sus competencias

**74 %**

de los empleados cree que KIABI es una buena empresa en la que trabajar

(Trust Index® Great Place to Work®)

**273**

personas han entrado en nuestros programas de inserción laboral desde 2020

## Gobernanza

**64 %**

de empleados accionistas

**36 %**

de mujeres directivas

**0,3 %**

de volumen de negocios sostenible

**84 %**

índice de cumplimiento en materia de ciberseguridad

**70**

Net Promoter Score de los clientes

## Plano económico

**2200 M**

de cifra de venta (euros)

**+1 %**

en comparación con 2022

**22,3 M**

de clientes

**293 M**

de piezas vendidas

# Una Visión 2035 mejorada

**La redacción de la Visión 2035 y una nueva promesa de marca a la luz de las cuestiones medioambientales y sociales han hecho de 2023 un año fundamental para KIABI. Este ejercicio tan minucioso nos ha permitido identificar las transformaciones que debemos poner en marcha, y comprometer a todos nuestros equipos a avanzar para hacer realidad esta ambiciosa Visión a partir de 2024.**

## Capaces de cuestionar nuestros modelos

En 2023, más que nunca, hemos sido testigos de las numerosas crisis a las que debemos enfrentarnos: 2023 fue el año más caluroso jamás registrado por el Servicio de Cambio Climático Copernicus y, además, también hubo un contexto geopolítico inestable y tenso, con una inflación por las nubes con importantes repercusiones sociales. Para los próximos dos años, el Foro Económico Mundial\* identifica, entre los tres principales riesgos globales, **la desinformación, los fenómenos**

### meteorológicos extremos y la polarización de las sociedades.

Este contexto global, en el que los problemas medioambientales y sociales han aumentado rápidamente, nos llevó, a partir de 2022, a formar a nuestro comité de dirección en cuestiones medioambientales y sociales a través del programa CAP 1.5, una réplica de la Convention des Entreprises pour le Climat adaptada a las empresas de la Association Familiale Mulliez (AFM) por Acts&Facts. Además, los datos de nuestra huella de carbono y las auditorías de agua y suelo de 2022 nos permitieron visualizar claramente nuestro impacto, así como ser más conscientes de manera más precisa.

Todas estas reflexiones nos llevaron a una conclusión clara: si continuábamos con el mismo modelo de producción y comercialización, nuestro impacto medioambiental seguiría creciendo y no podríamos afrontar los desafíos y límites planetarios. Por esa razón, en 2023 el comité de dirección decidió mejorar nuestra Visión de cara a 2035, con el objetivo de transformar nuestro modelo de negocio y nuestra oferta, e integrar, al mismo tiempo, los límites

planetarios y la base social. Como consecuencia de este trabajo, hemos adaptado nuestra promesa de marca: «*Hacer la vida más fácil a las familias haciendo accesible un estilo de vida sostenible cada día*». Esta Visión se compartió con los empleados de KIABI en noviembre de 2023 para impulsar futuras transformaciones en toda la empresa.

\*Global Risk Report 2024



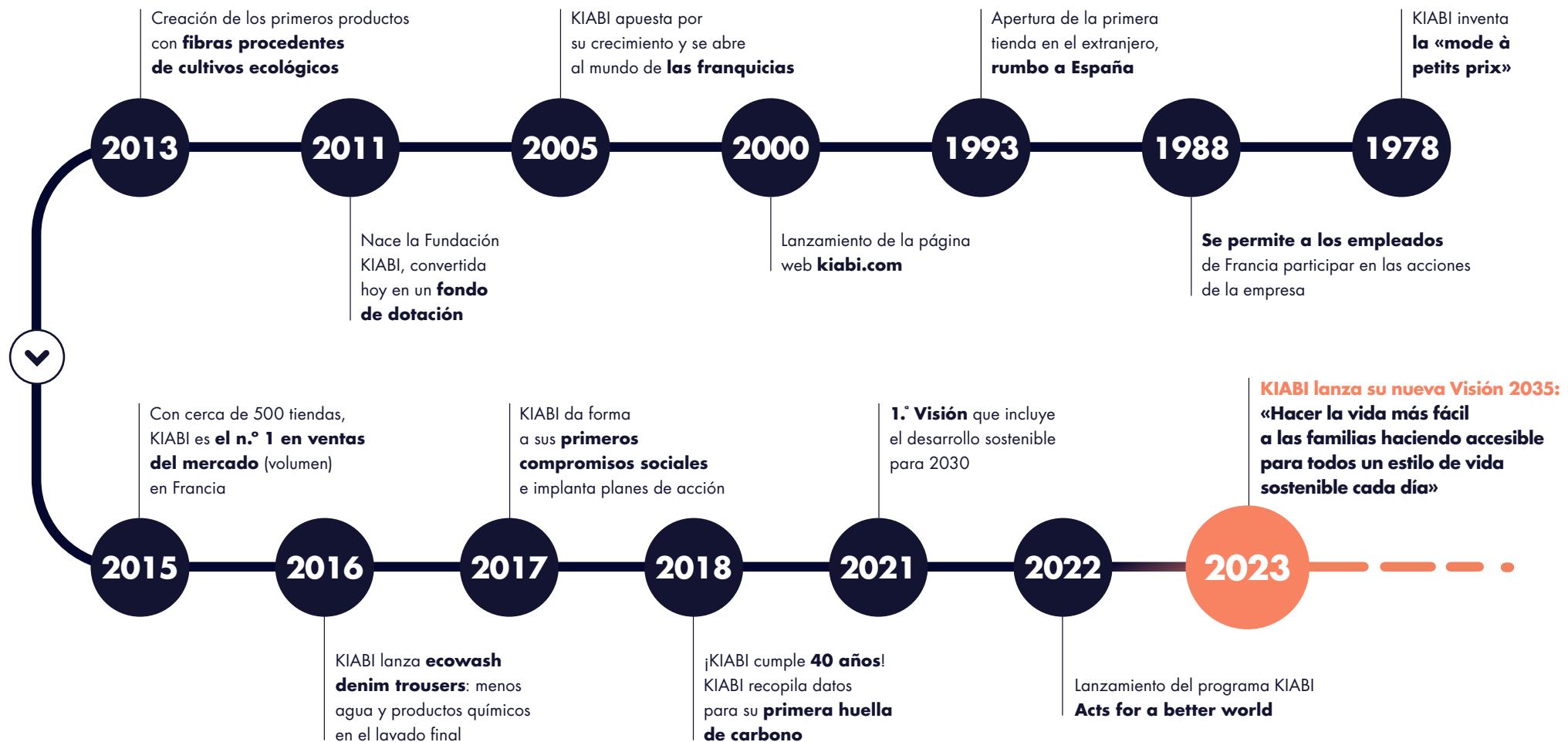
**Fabrice Obenans,**  
responsable de marca y clientes.  
**KIABI**

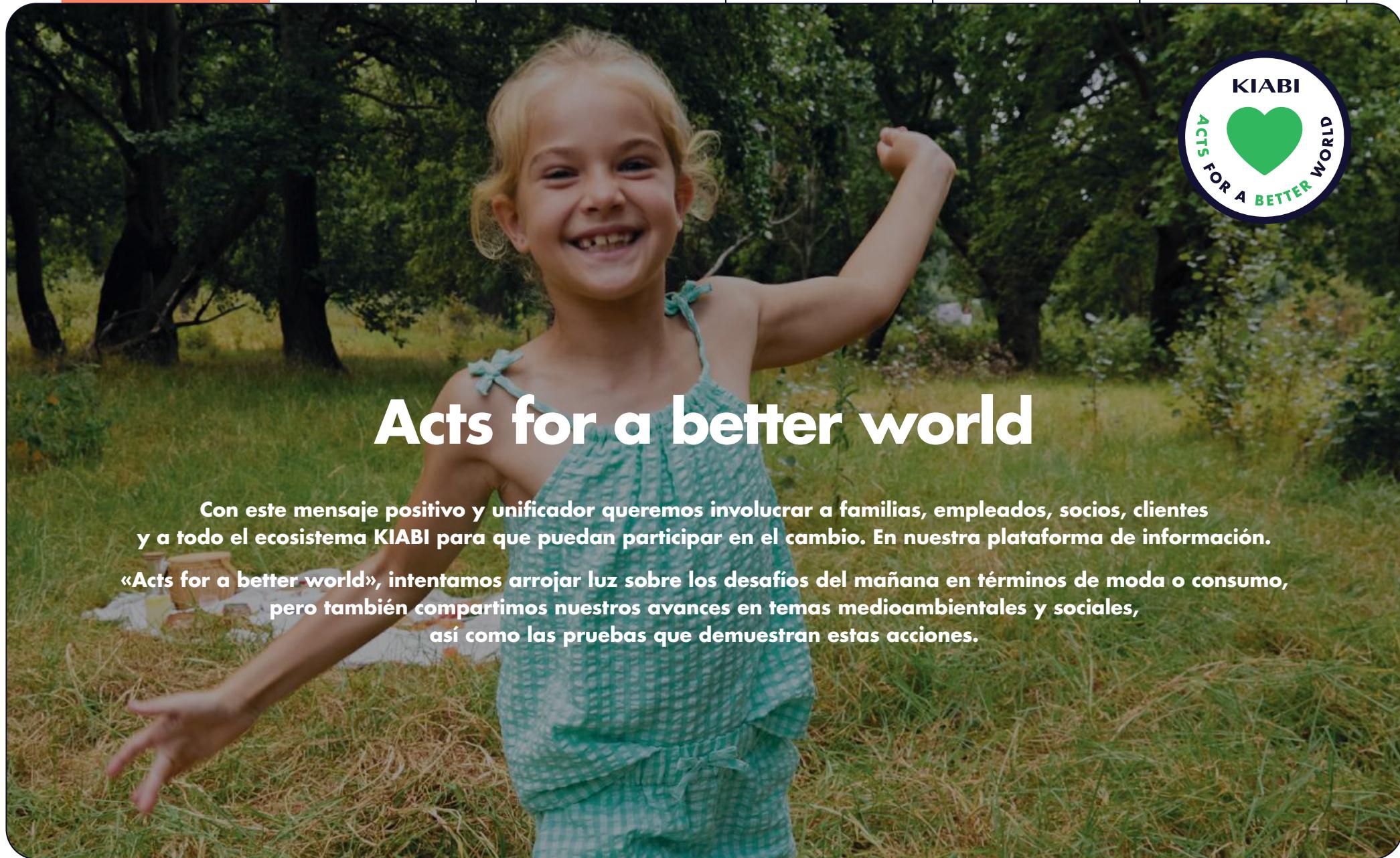
## «Acompañamos a las familias en los cambios que estamos viviendo».

«Históricamente, KIABI tiene una misión y una prioridad: comprometerse cada vez más con las familias y permitir que se equipen con los mejores productos y la mejor relación calidad-precio. Ha sido así siempre y así será. Aprovechando nuestra responsabilidad como actor importante dentro del sector de la moda en Europa, la idea es ir más allá en esta relación y apoyar a las familias con sus estilos de vida

y con los cambios que están experimentando ofreciéndoles nuevas soluciones y nuevos servicios. A través de nuestra nueva promesa de marca **«Hacer la vida más fácil a las familias haciendo accesible un estilo de vida sostenible cada día»**, queremos concienciar y apoyar a las familias, para poder avanzar juntos y enfrentarnos a estos cambios con entusiasmo.

# 40 años de «mode à petits prix»





# Acts for a better world

Con este mensaje positivo y unificador queremos involucrar a familias, empleados, socios, clientes y a todo el ecosistema KIABI para que puedan participar en el cambio. En nuestra plataforma de información.

«Acts for a better world», intentamos arrojar luz sobre los desafíos del mañana en términos de moda o consumo, pero también compartimos nuestros avances en temas medioambientales y sociales, así como las pruebas que demuestran estas acciones.

# Modelo de negocio

## Los puntos fuertes de Kiabi

- Líder en FRANCIA en ropa de bebés y niños
- Control de la cadena de valores
- Creadores y diseñadores
- Accesibilidad e inclusión
- Tiendas físicas, contacto directo con los clientes

## → Recursos

### Mujeres y hombres comprometidos

- 9049 Kiabers, de los cuales el 81 % son mujeres.
- El 80 % de los Kiabers tienen Contrato Indefinido
- El 4 % de los Kiabers tiene alguna discapacidad

### Equipos dedicados al desarrollo de nuestros productos

- 246 Kiabers en colecciones y 289 en las oficinas de compras de China, Bangladesh, India y Turquía

### Un ecosistema al servicio de nuestra misión

- 195 proveedores comerciales para 590 plantas de montaje
- 1209 auditorías sociales realizadas y 168 auditorías medioambientales
- 3 almacenes comerciales y uno no comercial en Europa
- 601 puntos de contacto (incluidos 245 en colaboración)
- 89 socios franquiciados y afiliados
- 316 puntos de contacto de segunda mano
- 1 marketplace en Francia

### Vínculo con la comunidad

- 22,3 millones de clientes
- 24 «Petits Magasins» en colaboración con 14 asociaciones de inserción laboral

### Estructura financiera

- Un accionariado familiar estable
- Una política de inversión proactiva

### Una empresa inmobiliaria para revalorizar locales comerciales y viviendas

- Un equipo de 30 personas
- 100 inmuebles propiedad de Etixia

## Retos y oportunidades

- Emergencia medioambiental
- Poder adquisitivo e inflación
- Nuevas expectativas sociales y cambios en el consumo

## Partes interesadas

- Clientes / socios proveedores / socios afiliados y franquiciados / proveedores de servicios / asociaciones / ONG / medios de comunicación / empleados accionistas o familiares

## → Valores creados

### Para mujeres y hombres

- Un 74 % de Kiabers satisfechos (Trust Index GPTW)
- El 46 % de Kiabers han recibido formación para mejorar sus competencias
- Un 36 % de mujeres en puestos de liderazgo
- Un 27 % del resultado compartido con los empleados
- El 64 % de Kiabers son accionistas

### Para reducir nuestro impacto medioambiental

- 2,1 millones de toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente, es decir, un 6 % menos respecto a 2022
- 98 975 m<sup>3</sup> de agua consumida en nuestras propias instalaciones
- Un 6 % de ecodiseño de nivel 1+2
- 1,5 millones de prendas de ropa vendidas como segunda mano
- Un 0,5 % de artículos de segunda mano de los productos vendidos

### Para nuestros socios

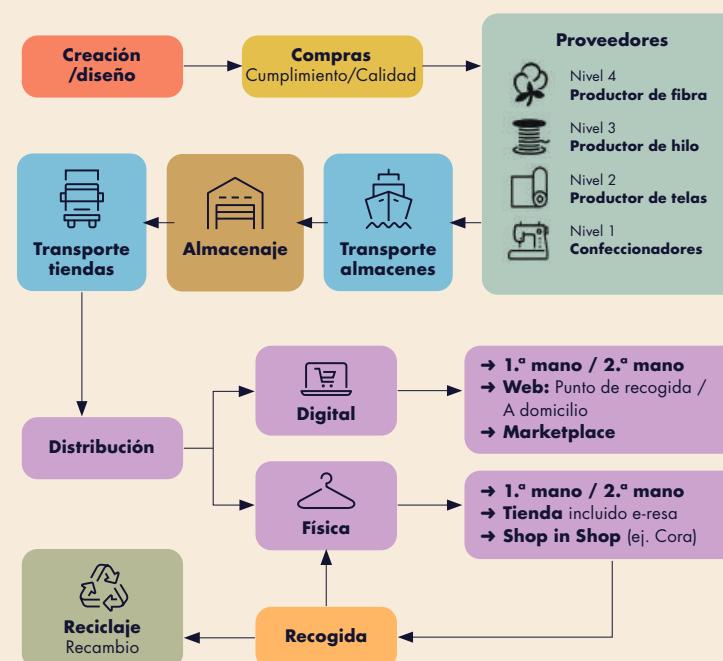
- Un 55 % de fábricas auditadas y evaluadas de conformidad con el nivel más alto de rendimiento en cumplimiento de los estándares sociales y normativos internacionales
- Un 71 % de fábricas auditadas y evaluadas de conformidad con el nivel más alto de rendimiento en cumplimiento de los estándares medioambientales y normativos internacionales
- Un 74 % de la facturación generada en tiendas propias (franquicias y afiliaciones no incluidas)

### Para las familias y los clientes

- Un NPS de los clientes de 70
- 185 752 familias se han beneficiado de las tiendas solidarias
- 273 personas han entrado en nuestros programas de inserción laboral desde 2020

### Para garantizar nuestra solidez financiera y la seguridad de nuestras organizaciones

- El valor de las acciones ha aumentado un 42 % en 5 años, con un crecimiento medio del 8 % anual
- +1 % de facturación sin impuestos, es decir, 2.200 millones de euros
- 43 millones de euros en ingresos por alquiler
- 3 millones de euros invertidos en la renovación de locales existentes
- Índice de seguridad informática del 84 %



# KIABI en el mundo



**9049**  
empleados



**620**  
puntos de contacto



**195** proveedores  
comerciales

**89** franquiciados  
y afiliados



**34** países



**22** países de  
producción



**30** regiones  
de venta



1 Punto de contacto

País de venta

País de producción

País de venta y producción

# Análisis de materialidad

**El análisis de doble materialidad nos permite identificar el impacto, los riesgos y las oportunidades en términos medioambientales, sociales y financieros. Como preparación para la futura regulación de la información no financiera, KIABI llevó a cabo su primer análisis de doble materialidad en 2023.**

## Identificar las responsabilidades

El análisis de doble materialidad integra el **impacto generado por nuestras actividades en el medioambiente y la sociedad**, y, a la inversa, los riesgos y oportunidades que estas cuestiones plantean para la situación económica y financiera de KIABI. Un socio externo se ha encargado de llevar a cabo este trabajo, que se basa en una rigurosa metodología que se desglosa en tres pasos:

→ **Identificar** posibles desafíos medioambientales y sociales, de acuerdo con la Visión 2035, del análisis de riesgos realizado en 2020 como parte de nuestro plan de vigilancia, del análisis de materialidad simple realizado en 2020 y una puesta en común de cuestiones relacionadas con sostenibilidad planteadas por un panel de diez empresas.

→ **Consultar** a unas cincuenta partes interesadas internas y externas. Como resultado, se detectaron

25 riesgos y oportunidades potencialmente estratégicos e importantes para Kiabi.

→ **Organizar** un taller final con el comité de dirección para debatir los 16 desafíos más relevantes y los 9 menos relevantes de entre los 25 identificados, que fue el último paso de nuestro análisis final de doble materialidad.

→ **Recibir la validación** del consejo de administración.

2023 ha sido un año de transición para nuestra declaración de información no financiera. Hemos querido anticiparnos a los futuros requisitos de presentación de informes y, por eso, hemos decidido, a partir del ejercicio de 2023, ir más allá de un análisis de materialidad simple, que establece el impacto de las actividades de la empresa en el medioambiente, la gobernanza y las cuestiones sociales, y realizar un análisis de doble materialidad. Por ello, hemos realizado un análisis de doble materialidad que establece el impacto de los riesgos y oportunidades relacionados con el medioambiente, la gobernanza y las cuestiones sociales para la compañía en términos financieros,

## En marcha hacia la CSRD

La Directiva sobre información corporativa en materia de sostenibilidad (CSRD, por sus siglas en inglés) es una **directiva europea destinada a armonizar los informes de sostenibilidad de las empresas** para conseguir una mayor transparencia. La CSRD se basa en el análisis de doble materialidad, que reconoce la responsabilidad de las empresas con la sociedad

y el medioambiente, además de su rentabilidad financiera. Aunque KIABI solo podrá acogerse a esta directiva a partir del ejercicio 2025, hemos decidido aplicarla desde 2023 para perfeccionar la identificación de los desafíos medioambientales y sociales clave que ya habíamos incluido en nuestra Visión 2035. De esta forma, también nos preparamos para los nuevos requisitos de la CSRD.



y, a la inversa, lo que nuestra actividad supone en términos de riesgos y oportunidades para el medioambiente, la gobernanza y las cuestiones sociales. Este análisis de doble materialidad ha confirmado que los riesgos no financieros que estábamos controlando desde el inicio forman

parte de este nuevo análisis, por lo que ya están incluidos en nuestro informe. Por otro lado, ha sacado a la luz nuevos desafíos para los que aún no hemos establecido una política ni indicadores del rendimiento. Este trabajo se llevará a cabo en 2024.

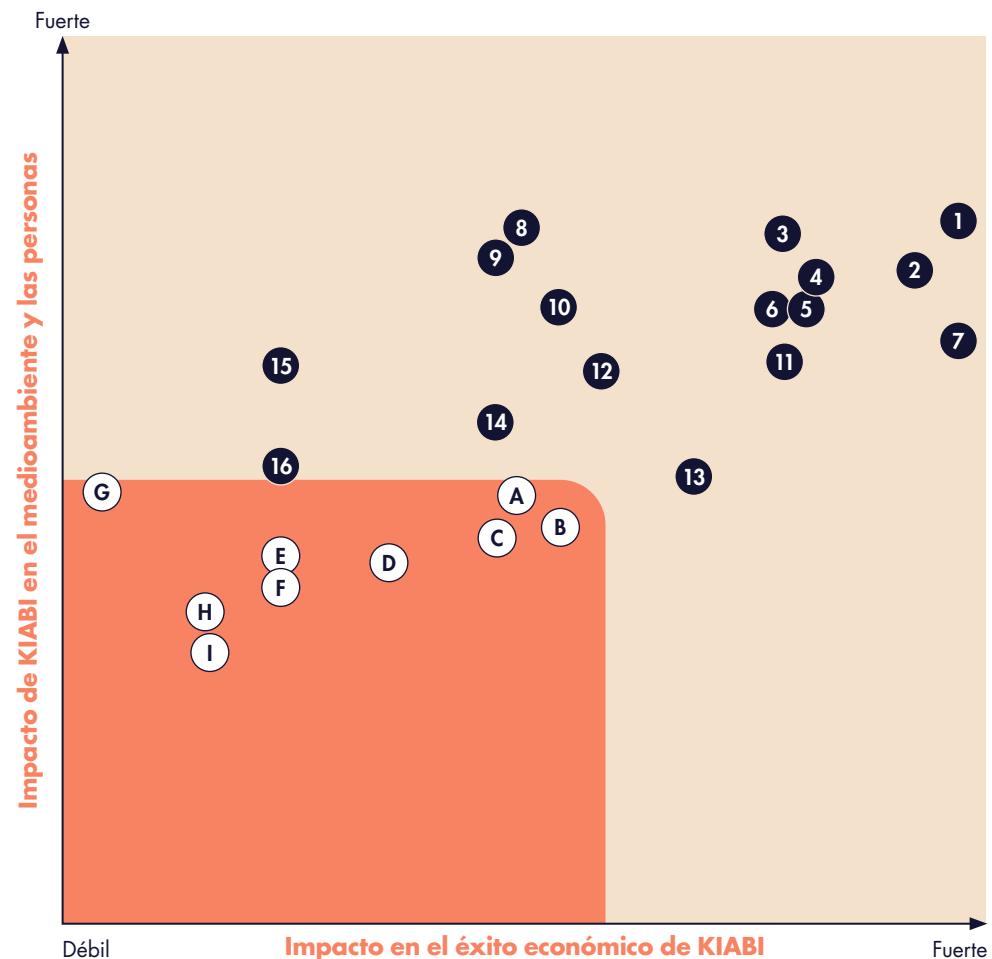
# Matriz de doble materialidad - Grupo KIABI

## Los 16 desafíos más relevantes seleccionados

- |  |  |
|--|--|
| 1 Oferta de productos accesibles       | 9 Contaminación del agua               |
| 2 Reducción, reutilización y reciclaje | 10 Erosión de la biodiversidad         |
| 3 Cambio climático                     | 11 Seguridad informática               |
| 4 Acceso a materias primas             | 12 Sostenibilidad de los productos     |
| 5 Trazabilidad                         | 13 Gestión de competencias y atractivo |
| 6 Condiciones laborales                | 14 Contaminación del suelo             |
| 7 Transformación del modelo            | 15 Uso del suelo                       |
| 8 Consumo de agua                      | 16 Igualdad e inclusión                |

## Los 9 desafíos potenciales más relevantes no seleccionados

- |  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| A Gestión de residuos  | E Calidad de vida en el trabajo      |
| B Distribución justa del valor creado  | F Salud y seguridad de los empleados |
| C Posturas éticas y cumplimiento de la normativa                                   | G Transparencia justa                |
| D Integración de nuestras actividades en las regiones en las que estamos presentes | H Marketing responsable              |
|  | I Calidad y cumplimiento             |





## Medioambiente

### % de reducción de las emisiones de CO<sub>2</sub>

Cálculo de las emisiones de gases de efecto invernadero, en valor absoluto, respecto a 2022, sobre la base del protocolo GEI.

**Desafío 3**

### Reducción del uso del suelo

Cálculo de la superficie, en hectáreas, del suelo necesario para nuestras actividades (respecto a 2022), impacto relacionado con su degradación y la erosión de la biodiversidad.

**Desafíos 10 15**

### Reducción del consumo de agua

Cálculo del consumo de agua a lo largo de toda nuestra cadena de valor respecto a 2022.

**Desafío 8**

### Proporción de productos de segunda mano de la totalidad de artículos vendidos por KIABI

Acelerar el despliegue de nuestra oferta de segunda mano para iniciar una descarbonización de nuestro modelo de negocio.

**Desafíos 2 3 7**

### Proporción de productos adquiridos en los niveles de ecodiseño 1+2+3

Actuar donde nuestro impacto es mayor, es decir, el diseño de nuevos productos.

**Desafíos 3 4 5 12**

### Contaminación del agua y del suelo

así como su degradación y la erosión de la biodiversidad (se está trabajando en la definición de este indicador).

**Desafíos 9 10 14**

## Nuestros indicadores

Con el fin de incluir los desafíos más relevantes identificados en nuestro análisis de doble materialidad, hemos definido **16 indicadores medioambientales, sociales y de gobernanza** para KIABI.



## Plano social

### Proporción de fábricas auditadas según criterios sociales

Garantizar que nuestros proveedores de los niveles 1 y 2 para ropa, accesorios y calzado ITFAS cumplen nuestros requisitos en cuanto a condiciones laborales.

**Desafío 6**

### Proporción de empleados que ha recibido formación para mejorar sus competencias

Permitir la mejora de las competencias de nuestros empleados en un mundo en constante cambio.

**Desafío 13**

### Trust Index® Great Place to Work®

Evaluar y fomentar el bienestar de los empleados en el trabajo.

**Desafíos 6 13 16**

### Número de personas que han entrado en nuestros programas de inserción laboral (desde 2020)

Contribuir a la creación de empleo y a la inclusión para todos.

**Desafío 16**



## Gobernanza

### Proporción de empleados accionistas

Asegurar el reparto del valor creado conjuntamente.

**Desafío 16**

### Porcentaje de mujeres directivas

Lograr la paridad en los puestos de responsabilidad.

**Desafío 16**

### Net Promoter Score de los clientes (NPS)

Cumplir con las expectativas de nuestros clientes.

**Desafío 1**

### Volumen de negocio sostenible

Oferta de segunda mano, alquiler, reparación y ecodiseño de niveles 1+2+3.

**Desafío 7**

### Nivel de seguridad informática

Crear condiciones de seguridad para nuestros sistemas informáticos, proteger nuestros datos y los de nuestros clientes.

Indicador definido por la agencia de calificación BITSIGHT.

**Desafío 11**



# Actuar por el medioambiente

- 1 Desafíos e indicadores
- 2 Actuar con precisión a la hora de identificar nuestro impacto
- 3 Redirigir la selección de materias primas
- 4 Construir e innovar en colaboración con nuestros proveedores
- 5 Construir un modelo de consumo y distribución más circular

02

# 1. Desafíos e indicadores

**En los últimos 20 años, la producción mundial de fibras textiles se ha duplicado prácticamente: de 58 millones de toneladas en 2000, pasó a 116 millones de toneladas en 2022 y se espera que alcance los 147 millones de toneladas en 2030\***, lo que repercutirá en el cambio climático, los recursos hídricos y la biodiversidad. Y justamente es a estos desafíos mundiales y globales a los que debemos responder, y lo debemos hacer transformando nuestras actividades y nuestro modelo de negocio.

## Desafíos

- 1 Analizar en profundidad **las materias primas**, su cultivo y su trazabilidad.
- 2 Implantar, en colaboración con nuestros proveedores, procesos industriales que integren **energías renovables** o la reducción del uso de los recursos hídricos.
- 3 Desarrollar con los socios, empleados y familias métodos de **distribución y consumo** más circulares.

## Datos 2023



**2,1 M TeqCO<sub>2</sub>**, es decir, una reducción del 6 % en las emisiones de CO<sub>2</sub> equivalente en términos absolutos (en comparación con 2022)



**98 975 m<sup>3</sup>** de agua consumida en nuestras propias instalaciones



**0,5 %** de productos de segunda mano de la totalidad de artículos vendidos por KIABI



**6 %** de la cantidad de productos textiles adquiridos en el nivel 1+2 de ecodiseño\*\* (el nivel más alto es el nivel 5)

## Hitos

- **314 tiendas KIABI**, en Francia, España, Bélgica, Portugal e Italia, ofrecen **productos de segunda vida**.
- **El lanzamiento del proyecto piloto de ODISHA** en India, con nuestro socio Reforest'Action y Organic Cotton Accelerator, para probar un modelo de agricultura regenerativa en la cadena de valor de KIABI.
- Hemos aumentado el uso de **materias primas recicladas**: hemos pasado del 5 % del total de productos terminados en 2022 al 10 %.
- **Certificación de KIABI por parte de Ecocert** (EGL – TE-00271316) en los estándares Organic Cotton Standard (OCS), Global Organic Textile Standard (GOTS), Recycled Claim Standard (RCS) y Global Recycled Standard (GRS).
- **El nuevo enfoque de ecodiseño de KIABI**, dividido en cinco niveles, cubre todo el ciclo de vida del producto.

\*Materials Market Report, Textile Exchange, diciembre de 2023

\*\*Consulte en la página 22 la definición de los diferentes niveles de ecodiseño.



**Camille Caron,**  
responsable de desarrollo sostenible.  
**KIABI**

## «Darle un giro de 180° al sistema de producción y consumo del sector de la moda»

«Desempeñamos un papel importante en la moda para las familias, lo que conlleva la responsabilidad y la capacidad de cambiar el sistema. Uno de nuestros principales retos es **producir de forma diferente**, desarrollando nuestro enfoque de ecodiseño, utilizando materiales reciclados o diseñando productos que duren más tiempo. También debemos **apoyar a las familias** en su relación con el consumo de artículos de moda, por ejemplo, mediante el desarrollo de un enfoque basado en las necesidades. En todos estos temas, nuestra estrategia siempre consiste en hacer un diagnóstico para entender cómo tenemos que actuar. A continuación, fijamos un rumbo y unos objetivos basados en la ciencia.

Nuestra huella de carbono y nuestra evaluación de biodiversidad, centradas en el agua y el suelo, nos han ayudado a ser conscientes de que necesitamos tomar medidas en cuanto a los materiales y los procesos de fabricación dentro de las fábricas. Además, hemos determinado que necesitamos también una oferta más circular.

Este trabajo de diagnóstico medioambiental se realizó en coherencia y como continuación del cuestionamiento en torno a la sostenibilidad de nuestro modelo de negocio, lo que nos llevó a la Visión 2035.

## 2. Actuar con precisión a la hora de identificar nuestro impacto

**El impacto que causa en el medioambiente la industria de la moda y las acciones necesarias para nuestras actividades pueden ser de distinta índole.**

**Se traducen en términos de emisiones de gases de efecto invernadero (que contribuyen al cambio climático), de contaminación (en los campos de producción de fibras, las fábricas o por la liberación de partículas de plástico) y de presiones sobre la biodiversidad. Calcular anualmente la huella de carbono nos permite tomar conciencia de las fuentes más importantes de emisiones de gases de efecto invernadero y de nuestra responsabilidad en el tema del cambio climático. Estos análisis nos permiten definir las estrategias prioritarias que se deben establecer, para alcanzar los objetivos y seguir la hoja de ruta a medio plazo.**

### Entender nuestra huella de carbono

En 2023, cambiamos la metodología de cálculo de nuestra huella de carbono, basada en tres tipos de datos:

→ Una transformación de la metodología de cálculo relacionada con los **desplazamientos**, tras una encuesta a los clientes y un estudio de

nuestros datos internos para comprender mejor sus desplazamientos.

- Una transformación de la metodología de cálculo **del impacto de nuestros productos** en algunos factores de emisión.
- Las condiciones de uso del método **Product Environmental Footprint (PEF)**, en particular en relación con las hipótesis de lavado, secado y planchado (frente a nuestras instrucciones de mantenimiento en N-1).

→ El método para asignar el peso medio al producto se ha perfeccionado para ponderar las compras por talla.

Estos dos últimos cambios nos permiten estar más alineados con el cálculo del etiquetado medioambiental. Por ello, hemos recalculado nuestra huella de 2022 y hemos integrado las diferencias provocadas por la nueva metodología. El resultado obtenido ha sido de 2,2 millones de toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente emitidas en 2022. La huella de 2023 muestra una disminución del 6 % en comparación con 2022, con un total de 2,1 millones de toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente.

Los motivos que explican este cambio son:

→ **Disminución de los volúmenes** de productos comprados y vendidos por KIABI en 2023. Las

cantidades adquiridas en 2022 permitieron cubrir parte de las necesidades de 2023. Este factor representa alrededor del 4 % de la reducción de nuestras emisiones de CO<sub>2</sub> en la huella de 2023.

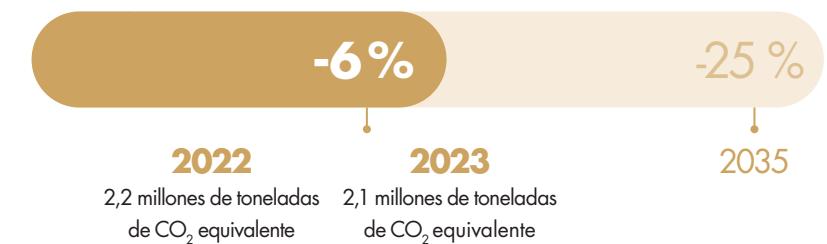
→ Los resultados de nuestras acciones a la hora de **elegir materias primas**, (que suponen una reducción del 2 % de nuestras emisiones) con un incremento en el uso de materiales reciclados (algodón y poliéster).

En términos de **intensidad de carbono** por kg de productos comprados, obtenemos 29,7 kg de CO<sub>2</sub> equivalente (frente a los 30,3 kg de CO<sub>2</sub> equivalente de 2022\*), es decir, un 2,5 % menos.

\*Según los resultados de 2022 recalculados con la metodología de 2023

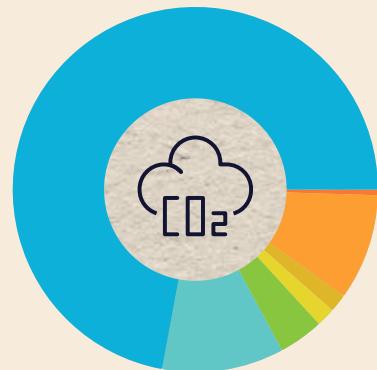
### Datos 2023

Reducción de las emisiones de carbono de alcance 1/2/3 en términos absolutos en comparación con 2022:



## La distribución de las emisiones de CO<sub>2</sub>

→ 2,1 millones de toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente



- Productos: **72,8 %**
- Desplazamientos de visitantes: **10,9 %**
- Otros: **9,5 %**
- Uso de los productos: **4 %**
- Transporte : **1,7 %**
- Fin de la vida útil de los productos: **1,6 %**
- Alcance 1 y 2: **0,5 %**

## Identificar nuestro impacto en el agua y el uso del suelo

Nuestro impacto no se limita a las emisiones de gases de efecto invernadero. Las diversas actividades necesarias para la industria de la moda también tienen un impacto significativo en los recursos hídricos y el uso del suelo. Sabemos que el cultivo del algodón es un cultivo que requiere un gran consumo de agua. Sin embargo, los países

en los que se cultiva están atravesando ahora una situación de alto riesgo hídrico. También sabemos que una gran parte de las regiones productoras de algodón del mundo experimentarán una disminución de la productividad de sus cultivos debido al cambio climático.

Para abordar estos problemas, **hemos llevado a cabo una evaluación del agua y del índice de uso del suelo en 2022**. Nuestro consumo de agua era entonces de 190 millones de metros cúbicos y el índice de uso del suelo era de 91 000 hectáreas. También hemos definido un plan de reducción para 2035: -40 % en el

consumo de agua y -5 % en el uso del suelo (respecto a 2022). En 2023, hemos elaborado una evaluación del agua únicamente para nuestras propias instalaciones. El objetivo es dar respuesta a la urgencia de estos retos integrando una herramienta a partir de 2024 que nos

permitirá realizar una evaluación del agua y del suelo a imagen y semejanza de nuestra huella de carbono, con una metodología que integre el impacto de nuestros proveedores. De este modo, podremos poner en marcha acciones para preservar estos recursos.

## El impacto medioambiental en la industria textil:

	Cambio climático	Uso del suelo	Cantidad de agua	Calidad del agua
Producción de fibra	+++	+++	+++	+++
Hilado	+++	+	++	++
Tejido	+++	+	++	++
Lavado y teñido	+++	+	+++	+++
Ensamblaje	++	+	+	+

**Actuar con precisión a la hora de identificar nuestro impacto**

**2**

<b>Desafíos y estrategia</b>	<b>Actuar en favor del medioambiente</b>	<b>Compromiso social con todas las personas</b>	<b>Gobernanza y creación de valor</b>	<b>Anexos</b>	<b>Metodología y definiciones</b>
------------------------------	--	---	---------------------------------------	---------------	-----------------------------------

## Principales mecanismos de acción

Debido a que en 2023 el 72,8 % de las emisiones de CO<sub>2</sub> de KIABI y el 90 % del consumo de agua provienen de la fabricación de nuevos productos, debemos actuar en el origen, desde la etapa de diseño.

Esto requiere darle una vuelta a nuestro enfoque, desde la elección de las materias primas hasta el final de la vida útil de los productos.

Así, nos hemos puesto manos a la obra en **torno a tres dinámicas convergentes:**

- Intervenir en la elección de las **materias primas**.
- **Reducir el impacto medioambiental** de las fábricas de nuestros proveedores.
- **Prolongar la vida útil de los productos** mediante formas de comercio orientadas al **uso y la segunda mano**.

Para hacer frente a los principales desafíos, hemos estructurado nuestro enfoque de ecodiseño de una manera más robusta y detallada, y estamos trabajando en la trazabilidad de nuestros datos medioambientales.

## Estructuración de nuestro enfoque de ecodiseño

En 2023, hicimos numerosos avances en el enfoque del ecodiseño gracias a:

→ La redacción de un **nuevo enfoque del ecodiseño dividido en cinco niveles**, que abarca todo el ciclo de vida del producto (ver página siguiente).

→ La creación de un **comité de ecodiseño**. Se reúne cada dos meses y se encarga de alinear a todas las partes interesadas internas con los problemas y prioridades.

→ La definición de **nuevos objetivos en cuanto a accesorios y calzado**, además de los objetivos ya marcados para los productos textiles.

→ La creación de un **taller sobre el sector textil propio**, que ha permitido formar a más de 200 empleados en los retos que plantea el ecodiseño e integrar este enfoque en sus puestos de trabajo.

→ **Siete talleres «Design for the future»** en los que participaron proveedores, compradores y diseñadores para acelerar el proceso de sostenibilidad, la reducción del impacto medioambiental y la optimización de costes en siete tipos de productos icónicos de KIABI: plumíferos, chinos, denim, leggings, bodies de bebé, camisetas y chándales.




### Datos 2023

Proporción de artículos textiles adquiridos para nuestras colecciones Verano/Invierno 2023 que alcanzaron un nivel de ecodiseño 1+2\*:

	<b>6 %</b>		<b>15 %</b>		<b>100 %</b>
	↓	↓	↓	↓	↓
	2023	2024	2035		

### Desafíos que debemos superar

- Desarrollar herramientas para **calcular la reducción del impacto**.
- Desarrollar **la formación en ecodiseño** para nuestros empleados.

\*Consulte en la página 22 la definición de los diferentes niveles de ecodiseño.



**Céline Monot,**  
ecodiseñadora.  
**KIABI**

## «Un nuevo enfoque del ecodiseño»

«En 2023, quisimos ir más allá en nuestro enfoque del ecodiseño. Hasta ahora, teníamos en cuenta principalmente el trabajo relacionado con las materias primas, como el algodón procedente de la agricultura ecológica o el algodón reciclado. Hemos trabajado codo con codo con comerciantes, compradores, proveedores, intermediarios de los distintos países en los que estamos presentes, en la redacción de un **nuevo marco de ecodiseño dividido en cinco niveles**. Se trata de un proceso de diseño con varias etapas y que abarca todo el ciclo de vida del producto. Este enfoque también incluye varios criterios y acciones de ecodiseño para reducir

nuestro impacto en términos de emisiones de CO<sub>2</sub>, consumo de agua o uso del suelo. Hemos definido cinco niveles, que corresponden a acciones que se pueden trabajar de forma independiente entre sí, y que cubren los retos de las materias primas (nivel 1), los procesos industriales (nivel 2), el impacto medioambiental de nuestros proveedores externos de nivel 1 (nivel 3), de nuestros proveedores de nivel 2 y 3 (nivel 4), así como el uso y el final de la vida útil de los productos (nivel 5).

Los equipos de ecodiseño aplicarán este marco a partir de 2024 para desarrollar las colecciones de verano de 2025.

# Los 5 niveles de ecodiseño de KIABI

1



## MATERIAS PRIMAS



Utilización de un **mínimo de materiales** con un impacto medioambiental reducido (véase la lista de materiales en la página 24).

2



## PROCESOS INDUSTRIALES



Uso de procesos industriales que consumen **menos energía, menos agua** o que **tienen un impacto menor** en el medioambiente (véase la lista de procesos industriales en la página 28).

3



## FORMACIÓN DE LOS PROVEEDORES



Formación en las **fábricas de los proveedores de ropa** en temas relacionados con el cambio climático, el consumo de agua, la gestión de residuos, el uso del suelo, la biodiversidad y la certificación. Los proveedores deben justificar, como mínimo, una calificación A o B en su auditoría social.

4



## FORMACIÓN DE LOS PROVEEDORES



Formación de los proveedores de los **niveles 2 y 3** en temas relacionados con el cambio climático, el consumo de agua, la gestión de residuos, el uso del suelo, la biodiversidad y la certificación. Los proveedores deben justificar, como mínimo, una calificación A o B en su auditoría social.

5



## USO Y FIN DE LA VIDA ÚTIL DEL PRODUCTO



Acciones que mejoren la **durabilidad física** del producto o su **reciclabilidad**.

## Garantizar la trazabilidad de nuestros datos medioambientales

Controlar los datos medioambientales de calidad es esencial para implantar nuestras estrategias: permite **calcular** con precisión el impacto, **intervenir** de manera informada en las elecciones de diseño y hacer que la información sobre el impacto medioambiental de nuestros productos **sea accesible** para las familias.

Uno de los principales desafíos en términos de trazabilidad es la recopilación de datos de los diversos proveedores de KIABI, en todas las etapas de fabricación de los productos, desde el campo de algodón hasta la fábrica de confección. Resulta complejo recopilar esta información a través de varios procesos de compra, una cadena de suministro compleja y una cartera de proveedores repartidos en diferentes niveles.

Para hacer frente a esta responsabilidad, en 2023 continuamos con una fase de auditoría de **diez herramientas de trazabilidad**. El reto en 2024 es probar una de estas herramientas para mejorar la trazabilidad de los productos textiles y el calzado, y, en segunda instancia, del embalaje.

Además, en 2023, impartimos cursos de formación a nuestros equipos de comerciantes y a los asistentes de los responsables de producto sobre las certificaciones de materiales de las normas GOTS y Textile Exchange. Al mismo tiempo, compartimos con los proveedores nuestros objetivos de certificación, así como su responsabilidad de facilitar a estas herramientas con la información y los documentos correctos.

## Conocer el origen de fibras y materiales

El algodón representa el 59 % de las materias primas utilizadas por KIABI en los productos terminados. Por este motivo, la trazabilidad del algodón es de gran interés para nosotros: buscamos garantizar su origen y características. En 2023, renovamos la colaboración con **Oritain**, con el fin de determinar el origen geográfico del algodón que utilizamos. Oritain ha desarrollado un método científico basado en el análisis biológico de la fibra de algodón que permite determinar el área de producción.

Además, KIABI fue la primera empresa europea en firmar en 2023 el **US Trust Cotton Protocol**, una norma que garantiza la trazabilidad del algodón procedente de Estados Unidos a lo largo de toda la cadena de suministro.



## Nuestras certificaciones de trazabilidad

Además del trabajo realizado con nuestros proveedores, estamos desarrollando la certificación de las materias primas utilizadas en la fabricación de nuestros productos, a través de estándares internacionales que integran el tema de la trazabilidad. En 2023, algunos de los materiales utilizados por KIABI fueron certificados por Ecocert (EGL - TE-00271316) en las siguientes normas:



Organic Cotton Standard (OCS)



Global Organic Textile Standard (GOTS)



Recycled Claim Standard (RCS)



Global Recycled Standard (GRS)

## El contexto normativo

En 2023 entró en vigor en Francia el Decreto 2022-748 de la **ley antirresiduos y de economía circular (AGEC, por sus siglas en francés)**, que tiene como objetivo informar mejor a los consumidores sobre las características relacionadas

con el medioambiente de los productos. En el sector textil, esta normativa obliga a los distribuidores a **mostrar, en cada producto, la trazabilidad geográfica de las tres etapas principales de fabricación:** tejido, teñido y montaje/acabado. En KIABI, hemos visto en este contexto una oportunidad para mejorar en el tema de la trazabilidad. Además, fue un paso importante en la recopilación y formalización de los datos de nuestros proveedores hasta el nivel 2.

## Hitos

- Firma del US Trust Cotton Protocol, para garantizar la trazabilidad del algodón producido en Estados Unidos.
- Renovación de la colaboración con Oritain, con el fin de determinar el origen geográfico de las fibras de algodón.

## Desafíos que debemos superar

- Mejorar la **fiabilidad de los datos relacionados con el medioambiente de nuestros productos** (origen, materiales, proveedores).
- Formar a **los proveedores y a nuestros equipos** sobre los retos de la trazabilidad.



## 3. Redirigir la selección de materias primas

**Las materias primas como el algodón o el petróleo se utilizan en nuestros productos y embalajes, y representan el 21 % de las emisiones de gases de efecto invernadero<sup>\*</sup> de KIABI. Por lo tanto, prestamos especial atención a la elección de las materias primas y el modo en el que se producen.**

### Distribución de las fibras utilizadas por KIABI\*\*\*

- Fibras naturales: **65,5 %**
- Fibras sintéticas: **28,9 %**
- Fibras celulósicas: **5,6 %**

\*\*\*En relación con el peso de los productos terminados



\*Este 21 % representa las emisiones relacionadas con la recolección y el tratamiento de la fibra. Equivale al 31 % de la producción de los productos de KIABI.

\*\*Los factores de impacto por kilo de producto terminado de un solo material que utilizamos en nuestros modelos provienen de la base de datos del análisis del ciclo de vida de la HAP (EF database). Estos son: 31 kg de CO<sub>2</sub> equivalente por kilo de producto terminado, 20 m<sup>2</sup> de uso de suelo por kilo de producto terminado y 5 m<sup>3</sup> de agua por kilo de producto terminado. El algodón orgánico permite ahorrar un 59 % en el consumo de agua en comparación con el algodón convencional, según Textile Exchange - Thinkstep - Life Cycle Assessment of Cotton Cultivation Systems.

### El impacto del algodón

El algodón por sí solo representa el 59 % de los tonelajes de materias primas de KIABI (sobre la base del peso de los productos terminados). Debido a que es un cultivo que requiere un gran consumo de agua y pesticidas\*\*, además de productos químicos durante su procesamiento y teñido, **estamos tratando de eliminar gradualmente el algodón convencional** y utilizar, en su lugar, fibras como el algodón procedente de la agricultura ecológica o el algodón reciclado.

### Crear una oferta global de fibras con un impacto menor

Con el fin de desarrollar un suministro de materiales que tengan un menor impacto en el medioambiente, en 2023 renovamos la colaboración con **Organic Cotton Accelerator (OCA)**. Esta organización apoya los suministros de algodón de KIABI procedente de la agricultura ecológica: en 2023, esta cifra alcanzó las 7.000 toneladas de algodón (en comparación con las 2.000 del año anterior), es decir, alrededor del 17 % de nuestras necesidades de algodón procedente de la agricultura ecológica en las colecciones de verano de 2025 e invierno de 2025. La organización OCA también incluye

explotaciones agrícolas que se encuentran en un proceso de transición hacia la agricultura ecológica. Esta asociación nos permite apoyar el desarrollo de la agricultura ecológica y su oferta de fibra en todo el mundo.

### Restaurar la vida

Desde 2020, KIABI ha estado trabajando junto con Reforest'Action en el reto de restaurar la vida. Reforest'Action apoya a los actores económicos en estrategias de restauración de ecosistemas terrestres a gran escala para luchar contra el cambio climático y la erosión de la biodiversidad.

En India, el mayor productor de algodón del mundo, KIABI y Reforest'Action lanzaron en 2023 el proyecto **Odisha**, un programa piloto para desarrollar un modelo de agricultura regenerativa en la cadena de valor de KIABI. **Un total de 80 productores de algodón han plantado 11.000 árboles en 25 hectáreas** con el objetivo de:

- Generar ingresos adicionales para los productores a través de la venta de productos frutales.
- Producir fertilizantes orgánicos o plaguicidas biológicos utilizando las especies plantadas.
- Preservar el capital natural del suelo y el agua.

Después de este primer piloto, decidimos ampliar la prueba con Reforest'Action y Organic Cotton Accelerator (OCA). A partir de 2024, cooperaremos con más de 22.000 agricultores en 250 hectáreas para poder calcular el impacto de estas nuevas prácticas sobre la base de la experiencia de campo.



## Fibras con un impacto medioambiental reducido\*

- Fibras convencionales: **46 %** (45 % en 2022)
- Coton Better Cotton Initiative (BCI): **31,3 %** (41,7 % en 2022)
- Poliéster reciclado: **7,8 %** (3,8 % en 2022)
- Algodón procedente de agricultura ecológica: **7,6 %** (6,7 % en 2022)
- Algodón procedente de explotaciones agrícolas en proceso de transición hacia la agricultura ecológica: **2,4 %** (0,8 % en 2022)
- Algodón reciclado: **2,4 %** (1,3 % en 2022)
- TENCEL™ Modal, TENCEL™ Lyocell y LENZING™ ECOVERO™: **2,1 %** (0,3 % en 2022)
- Otras fibras con menor impacto (lino, cáñamo, acrílico reciclado, poliamida reciclada, etc.): **0,7 %** (0,4 % en 2022)

\*Porcentaje calculado sobre el peso del producto terminado.

## Cambios en el uso de materiales

Debido al aumento de los costes de las materias primas, y con el fin de mantener la accesibilidad de nuestros precios, hemos aumentado nuestro consumo de poliéster, que ha pasado del 20 % en 2022 al 24 % en 2023. En lo que respecta a las fibras sintéticas, también tomamos medidas para **reducir el impacto medioambiental**: El 32 % del poliéster utilizado en 2023 fue reciclado (frente al 19 % de 2022). Nuestro objetivo es alcanzar el 100 % en 2035.

Cualquier producción de materias primas tiene un efecto en el medioambiente: el uso de agua para el algodón, el uso de recursos fósiles o el riesgo de generar microplásticos para el poliéster... Desgraciadamente, ninguna solución es perfecta y, por eso, nuestras elecciones generan muchas dudas. En un espíritu de mejora continua, cuestionamos constantemente el equilibrio entre la conveniencia de nuestras colecciones y la reducción de nuestro impacto, con el fin de encontrar las mejores soluciones.

## Datos 2023

Proporción de artículos textiles adquiridos para nuestras colecciones de verano e invierno de 2023 que alcanzaron un nivel de ecodiseño\*\*:



\*\*Véanse los distintos niveles de ecodiseño en la página 22 .

## Objetivo cero plástico virgen en nuestros embalajes

El embalaje de nuestros productos representa el 0,15 % de nuestras emisiones. También en este caso estamos tomando medidas para reducir su impacto en términos de residuos o contaminación. Nuestro objetivo es **dejar de utilizar plástico virgen para 2025**. Para lograr este objetivo, hemos cambiado las opciones de plástico que utilizamos y **hemos optado por plástico reciclado, papel o cartón**.

En 2023, eliminamos los embalajes de plástico de toda la gama de ropa interior infantil y los sustituimos por envases de kraft. Estarán disponibles en las tiendas con las colecciones de 2024. Siguiente paso: ofrecer **envases de kraft** en las colecciones de mujer de 2024.

Además, para reducir la cantidad de materiales utilizados, estamos probando la optimización de



ciertos patrones de embalaje, con el fin de evitar el desperdicio de materiales durante la fase de producción.

### Hitos

- **El 100 % de los embalajes de ropa interior infantil hechos con papel kraft en 2023 (para colecciones a la venta en 2024).**

\* Excepto los productos que requieren una protección especial, como medias y lencería.



# 4. Construir e innovar en colaboración con nuestros proveedores

**Hilar, tejer, teñir, tratar, confeccionar...**

**Los diversos procesos de fabricación de nuestros productos representan el 51,5 % de las emisiones de gases de efecto invernadero de KIABI. Hemos observado que es crucial reinventar algunas de estas técnicas con nuestros proveedores de todo el mundo. Por eso, nos hemos unido para ahorrar recursos hídricos y fomentar el uso de energías renovables.**

## Intervenir en todas las etapas de la producción

Nuestros proveedores son nuestros socios clave. Con la mayoría de ellos llevamos una media de siete años de colaboración. Durante todo este tiempo, hemos construido una base sólida para avanzar juntos en el tratamiento de las cuestiones medioambientales. Disponen de soluciones que comparten con nosotros regularmente. El impacto medioambiental durante la fase de producción requiere que se apliquen medidas en diferentes etapas, para abordar el problema del

suministro energético, así como el de los recursos hídricos o la gestión de residuos.

Por este motivo, desarrollamos, codo con codo con los proveedores, procesos industriales que ayudan a cumplir diferentes objetivos:

→ **Reducir el consumo de agua, energía o productos químicos** en las fábricas donde fabricamos nuestros productos.

→ **Tomar medidas en cuanto a la duración** de nuestros productos y utilizar tecnologías para alargar su vida útil.

→ **Reducir los desechos** con, por ejemplo, patrones optimizados diseñados para desperdiciar menos materia prima durante la fase de corte.

## Iniciar procesos industriales con menor impacto

**Ecowash:** una técnica de lavado y prelavado utilizada en el 95 % de la ropa vaquera de KIABI que nos permite ahorrar una media del 20 % de agua y del 10 % de energía en comparación con un lavado convencional.

El Ecowash se caracteriza por: la realización de una auditoría medioambiental en la fábrica correspondiente, la reducción de las sustancias químicas utilizadas durante el lavado o el prelavado (normas REACH y AFIRM), el uso de tecnologías\* para reducir el consumo de agua (definidas por el equipo de procesos industriales) y, por último, la asignación de una puntuación calculada a través del programa Environmental Impact Measurement (EIM). El objetivo es extender este proceso a todos los productos lavados y prelavados de KIABI.

**Ecodye:** un método de teñido que permite reducir el consumo de agua en al menos un 30 %, el de electricidad en un 10 % o el de vapor de agua en un 10 %. Como resultado, las emisiones de CO<sub>2</sub> de este proceso industrial se reducen en un

10 %. El tinte utilizado debe contar con la certificación OEKO-TEX standard 100®.

**Sin tintes:** no se utilizan lejías ni tintes durante el proceso.

**Tecnología Tough Cotton™:** gracias a una imprimación aplicada sobre el tejido, esta tecnología prolonga la vida útil de nuestros productos de algodón, ya que aumenta la resistencia a la abrasión y al desgaste. De esta forma se reduce la necesidad de que nuestros clientes tengan que renovar las piezas de ropa demasiado rápido.

**Low waste:** optimización del diseño para aprovechar al máximo la tela y que se desperdicie la menor cantidad de tejido posible en el corte. Un diseño convencional genera entre el 17 y el 30 % de desechos de material. Gracias a la práctica del «low waste» se reducen al 10 % o menos.

Estamos estudiando otros procesos industriales como el uso de adhesivos con base de agua.

\* Tecnologías Rainforest, E-Flow, G2 Ozone, Tonello Up System, Ramson RVM 520, H2Zero o láser.

## Datos 2023

Proporción de artículos textiles adquiridos para nuestras colecciones de verano e invierno de 2023 que alcanzaron un nivel de ecodiseño 2\*:



## Un paso más en la protección frente al riesgo químico con OEKO-TEX®

La salud de las familias que utilizan nuestros productos es una prioridad para KIABI. Por eso, por supuesto, nos alineamos con la legislación internacional que regula el uso de sustancias químicas en la fabricación de los productos, como el reglamento europeo REACH. Asimismo, estamos trabajando con toda la industria textil y el sector de la confección dentro del grupo AFIRM (Apparel and Footwear International RSL Management) para actualizar la lista de sustancias restringidas (RSL).

El objetivo es ir aún más lejos en estas cuestiones que tienen un impacto sanitario y medioambiental; en 2023, dimos máxima prioridad a la certificación de algunos de nuestros productos con la etiqueta OEKO-TEX® ESTÁNDAR 100. Con requisitos que superan la normativa vigente en materia de riesgo químico, esta etiqueta permite que un tercero independiente verifique la presencia de sustancias peligrosas en todos los elementos de un producto textil.

En 2023, el 33 % de nuestra oferta para bebés tenía la etiqueta OEKO-TEX®, el 97% en el caso de la ropa interior de bebé. «*Uno de los retos para los próximos años es incentivar a nuestros proveedores en estos temas. Es un proceso exigente, que requiere mucho trabajo y objetivos sólidos*», explica **Boubakar Bellahcene**, responsable de calidad en KIABI.

\*Consulte en la página 22 nuestro esquema de ecodiseño.



## Hitos

- Ningún producto retirado por riesgo químico.
- El 97 % de la ropa interior de bebé dispone de la etiqueta OEKO-TEX® standard 100.

## Una nueva herramienta para impulsar el rendimiento medioambiental

Realizamos auditorías medioambientales de cumplimiento en las fábricas de nuestros proveedores de nivel 1, 2 y 3. Las auditorías se centran en las instalaciones con un mayor impacto\* en el medioambiente, es decir, aquellas con los procesos industriales denominados húmedos. En 2023, se auditaron el 64 % de estas fábricas: El 71 % obtuvieron la clasificación A o B (para los niveles 1 y 2). Además, nuestros equipos desarrollaron y probaron en 2023 una nueva herramienta para coordinar las cuestiones medioambientales durante la fase de producción. ¿El objetivo? Ir un paso más allá de las auditorías de cumplimiento y recopilar datos sobre el impacto de nuestros proveedores de acuerdo con cinco criterios: emisiones de gases de efecto invernadero, agua, uso del suelo, gestión de residuos y certificación. Esta herramienta interna, llamada «**Green Manufacturing Assessment**», tiene como objetivo asignar una puntuación a cada proveedor y ayudarlos a mejorar en cada uno de estos desafíos. Ha sido creada internamente y se basa, en particular, en el estándar de cálculo de las Naciones Unidas para el Cambio Climático.

«Desde mayo hasta noviembre de 2023 estuvimos recopilando los datos del 95 % de nuestros

proveedores de nivel 1. El objetivo es ayudarlos a comprender e integrar los problemas medioambientales relacionados con los límites planetarios», cuenta **Connie Wong**, responsable del cumplimiento social y medioambiental de KIABI en China. «Los primeros resultados confirman nuestra idea de seguir creciendo en estos temas».

\*Los procesos húmedos son las etapas de procesamiento en las que el sustrato textil se trata con tintes o productos químicos, denominados conjuntamente «suministros» según la terminología del GOTS. Entre ellos se incluyen el encolado, el desencolado, el tratamiento previo, el teñido, la impresión (incluida la impresión digital), el acabado, el lavado, etc. La producción de telas no tejidas, mediante entrelazamiento hidráulico, también es una etapa de tratamiento mediante procesos húmedos.



## La herramienta Green Manufacturing Assessment

Nuestros proveedores trabajan en este sentido de acuerdo con cinco criterios, que siguen la línea de los objetivos de KIABI en materia de emisiones de CO<sub>2</sub>, consumo de agua y uso del suelo:



### El cambio climático

Emisiones de gases de efecto invernadero, consumo de energía.



### El consumo de agua

Consumo de agua de lluvia, proporción de agua reciclada utilizada en la fábrica o para uso doméstico.



### El uso del suelo y la biodiversidad

Impacto en el agua de mar, lagos o ríos, proporción de árboles plantados.



### La gestión de residuos

Volumen de residuos, proporción de residuos reciclados y emisiones de CO<sub>2</sub> relacionadas con el tratamiento de estos residuos.



### La certificación

ISO 14001, Leadership in Energy and Environmental Design.

## Hitos

- El 95 % de nuestros proveedores de nivel 1 fueron evaluados a través de la herramienta Green Manufacturing Process.

## Desafíos que debemos superar

- Dar soporte y apoyo a nuestros proveedores para implantar procesos industriales que tengan menor impacto desde el punto de vista medioambiental.





**Caroline Joire,**  
country leader, departamento de abastecimiento.  
**KIABI INDIA**

## «Probar nuevas soluciones con nuestros proveedores».

«Los proveedores indios representan el 15 % del suministro total de KIABI. Nos dedicamos a comprar, pero debemos identificar proveedores que puedan proporcionarnos los productos adecuados en el momento adecuado. También garantizamos, a través de auditorías, el cumplimiento con nuestros requisitos medioambientales y sociales por parte de los proveedores. Nuestro objetivo también es trabajar en proyectos conjuntos e innovar con ellos. Por ejemplo, con los proveedores indios hemos

probado procesos industriales que tienen un menor impacto en el medioambiente, para lo que hemos trabajado en cuestiones como el final de la vida útil de los productos.

Entre otras cosas, estamos haciendo pruebas para el verano de 2025 **de una gama «cradle to cradle» o un programa de «zero virgin fiber»**, en el que los productos se fabrican a partir de **residuos de botellas de plástico y algodón**.

# 5. Construir un modelo de consumo y distribución más circular

**Además de las medidas que hemos tomado en relación con el diseño de las prendas, también debemos cuestionar el proceso global de distribución y comercialización de nuestros productos.**

**Nuestra reflexión incluye a las familias, a las que queremos involucrar en nuestro acercamiento y a las que deseamos acompañar en la creación de nuevos hábitos de consumo.**

## Descarbonizar el transporte

Desde las fábricas de nuestros proveedores hasta los hogares de las familias, pasando por tiendas o almacenes, nuestros productos recorren muchos kilómetros. Esto supone un impacto del 1,7 % en la huella de carbono. Desde hace varios años, seguimos una política que se aplica en todas las etapas de este recorrido. En primer lugar, hemos **reducido drásticamente los viajes por**

**avión.** En 2023, los desplazamientos por aire solo supusieron el 0,9 % de los modos de transporte utilizados.

Además, hemos apostado por desarrollar el **transporte multimodal** en barcaza o tren, desde los puertos donde llegan los contenedores de nuestros productos hasta los almacenes en Lauwin-Planque (Hauts de France) o Madrid (España): el transporte multimodal de entrada (entre el puerto y los almacenes) representó el 30 % de nuestro transporte en 2023, mientras que el de salida (entre los almacenes de Francia y España) supuso el 50 %.

Asimismo, hemos promovido el uso de **biocombustibles** para el transporte en camiones en Francia. Pero eso no es todo: uno de los retos en el ámbito del transporte sigue siendo la entrega

en el «último kilómetro». Por este motivo, en 2023 probamos, en la región parisina, el uso de **bicicletas de carga** para distribuir el 100 % de nuestros pedidos web entregados a domicilio.

## Hitos



Un 0,9 % de productos transportados por aire (en el transporte de entrada).



Un 50 % de transporte multimodal (barcaza o tren) entre nuestros almacenes de Lauwin-Planque (Hauts de France) y Barcelona.



Un 25 % de los camiones utilizando biocombustibles para entregar nuestros productos a las tiendas de Francia.



Obtención de la etiqueta FRET 21; KIABI ha sido la primera empresa en recibir este reconocimiento en Francia.

## KIABI se compromete con FRET 21

FRET 21 es un programa de compromiso iniciado por la ADEME, la AUTF (Asociación de Usuarios del Transporte de Mercancías) y el Ministerio de Transición Ecológica de Francia. Su objetivo es animar a las empresas que actúan como contratistas de servicios de transporte a reducir el impacto de estos servicios y a integrarlo mejor. Cada empresa voluntaria firma un acuerdo con la ADEME en el que se especifica un objetivo de reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> y se compromete a poner en marcha acciones para lograrlo. En 2023, KIABI fue más allá al obtener la etiqueta FRET 21, que certifica un alto nivel de rendimiento energético y medioambiental para los transportistas con mejores cifras.

## Aumento de la oferta de segunda mano

La nueva Visión 2035 de KIABI ha ampliado nuestra reflexión sobre la evolución de nuestro modelo de negocio frente a los problemas medioambientales. Esto ha supuesto, más concretamente, la inclusión de una dimensión más circular. ¿Cómo? A través del impulso de la oferta de **segunda mano**, por ejemplo, o en lo que respecta a los **servicios ofrecidos a las familias** (como el alquiler). Desde hace varios años se han puesto en marcha iniciativas relacionadas con estos temas, pero en 2023 fuimos testigos del despliegue masivo de la segunda mano. Hay **314 tiendas repartidas en cinco países** (Francia, España, Portugal, Bélgica e Italia) que ofrecen ahora **ropa de múltiples marcas** a las familias.



Además, en 2023 continuamos nuestra prueba **KidKanai** en Leers (Hauts de France), una concept store dedicada íntegramente a productos de segunda mano para niños y bebés. Este incremento nos permite aprender e identificar los retos que debemos abordar, como el acceso al origen de los productos o su integración de forma coherente en la experiencia de los clientes. En este sentido, los equipos responsables de la oferta de segunda mano han trabajado con los diseñadores de KIABI para integrarla mejor en todas nuestras tiendas y en la web. Es lo que ha sucedido este año, ya que la segunda mano ahora se integra automáticamente en los planes de diseño de todas nuestras tiendas, como complemento a la oferta de primera mano. Asimismo, la oferta de segunda mano también está presente en internet gracias a un sitio web dedicado en exclusiva.

En 2024, hemos creado una business unit (unidad de negocio) dedicada íntegramente a la segunda mano, que nos permitirá crecer en este sector.

## Hitos

→ **314 tiendas KIABI**, en Francia, España, Bélgica, Portugal e Italia, ofrecen ropa de segunda mano, como mínimo, en productos de mujer.

## Datos 2023

Proporción de productos de segunda mano de la totalidad de artículos vendidos por KIABI:



## Desafíos que debemos superar

- Agilizar el sistema de recogida y la logística asociados a los productos de segunda mano.
- Formar a los equipos y dar a conocer la oferta de segunda mano entre nuestros clientes.
- Mejorar la recogida de productos textiles usados para nuestra oferta de segunda mano.
- Aprovechar nuestra experiencia con Kidkanai, una concept store de segunda mano para niños y bebés.

Construir un modelo de consumo y distribución más circular

5

**Desafíos y estrategia**

**Actuar en favor del medioambiente**

**Compromiso social con todas las personas**

**Gobernanza y creación de valor**

**Anexos**

**Metodología y definiciones**

## Alquilar ropa por suscripción con KIABI

En 2023, **300 clientes** de las tiendas KIABI de **Noyelles-Godault, Bègles** y **Le Pontet** pudieron probar el alquiler de ropa por suscripción en todos los productos de su tienda (salvo los productos con licencia). Fue una experiencia que nos permitió comprender mejor las expectativas de nuestros clientes y también conocer los sistemas logísticos e informáticos que se deben implantar en torno a esta solución. ¿El reto para 2024? Digitalizar esta oferta para seguir aprendiendo a mayor escala.

## Las familias, colaboradoras en las pruebas de durabilidad

Proponer una oferta de alquiler requiere necesariamente plantearse la cuestión de la durabilidad física de los productos que diseñamos, que se supone que pueden llegar a tener varias vidas con distintas familias. «*Hasta ahora hemos estado probando la vida útil de nuestros productos en laboratorios, pero para poner en marcha el alquiler necesitábamos garantizar su durabilidad en la vida real. El bodi de bebé que está envejeciendo con la mancha de zanahoria, los restos de desodorante que no desaparecen... esto es lo que queríamos identificar*», explica **Estelle Urbain**, líder de nuevos negocios y servicios de KIABI. En noviembre de 2023, regalamos **700 productos a 250 de nuestros clientes a cambio de que compartieran con nosotros sus fotos y reseñas durante seis meses**. El objetivo es poder tener en cuenta sus opiniones en el diseño de nuestros productos y en nuestros proyectos de alquiler.



## Socios de las familias para descubrir nuevos hábitos

Nuestro papel no consiste solo en ofrecer productos que tengan un menor impacto en el medioambiente, sino también en apoyar a las familias en estos nuevos hábitos de consumo. Desde 2023, en cumplimiento de la ley antirresiduos y de economía circular (AGEC) en Francia, publicamos en nuestra web las características medioambientales y la información relativa al origen geográfico de los artículos de moda. De acuerdo con la ley, esta información tiene como objetivo dar a conocer a las familias los problemas medioambientales cuando realizan una compra.

También ayudamos a integrar la circularidad en sus hábitos a través de varias soluciones de **recogida, compra y reventa**:

- La **Kollect**: se lanzó en abril de 2023 y cuenta con el respaldo de una nueva solución digital. La Kollect facilita la reventa de ropa, a un precio fijado por las familias. Todas las operaciones incluyen una bonificación en vales de compra sobre el precio de compra. La simplicidad de esta solución atrajo a muchas familias, ya que se enviaron 33 000 bolsas en las primeras tres semanas de la campaña.
- La **Kollect Kids**: en las escuelas, trabajamos con asociaciones de padres que buscan financiación.
- **Recogida de todo tipo de productos** en las tiendas y aparcamientos: ropa, ropa de hogar y calzado. A continuación, nuestros socios en economía social y solidaria se encargan de valorar los productos.
- Nuestra web exclusiva, **Segunda mano by KIABI**, es una plataforma que ya permite a miles de usuarios comprar y revender ropa de segunda mano entre particulares en Francia. En 2023 también se lanzó una prueba en el mercado español.

## Desafíos que debemos superar

- El despliegue de nuestra oferta de alquiler.
- La prueba de las ofertas de reparación de ropa.
- La formación que debemos realizar con nuestros clientes en relación con esta nueva oferta.

## Hitos

→ **477 toneladas de artículos textiles y calzado** recogidas en 2023 a través de todos nuestros sistemas, es decir, el 0,9 % de los tonelajes de KIABI comercializados en 2021 (frente a las 388 toneladas recogidas en 2022).

## Incluir los desafíos medioambientales en la construcción y las operaciones de nuestras tiendas

Incluir los desafíos medioambientales y la circularidad en la cadena de valor de KIABI también significa repensar la forma en que se construyen y equipan nuestras tiendas, modificar su función, y, todo ello, al mismo tiempo que se reduce su impacto medioambiental. La construcción y el funcionamiento de nuestras fábricas requiere materias primas, energía y una buena gestión de los residuos. «Si nos fijamos en los límites planetarios, hay dos grandes desafíos para el sector inmobiliario», explica **Eric Grimonpon**, director general de ETIXIA, la filial inmobiliaria de KIABI. «Nuestro impacto afecta al clima y la biodiversidad, con la ocupación del

suelo. Por lo tanto, nuestra política medioambiental se centra en estos dos desafíos».

Desde 2022, los equipos de ETIXIA han integrado el aspecto medioambiental en su estrategia, lo que condujo en 2023 a la definición de **dos objetivos relacionados con la descarbonización**: uno en relación con la intensidad de carbono de las operaciones (el consumo de energía vinculado al uso del edificio), el otro en relación con la intensidad de carbono del edificio (vinculado a la fase de construcción). En cuanto a las cuestiones relativas a la biodiversidad, ETIXIA ha introducido en sus proyectos el CBS, un coeficiente que incluye la proporción de superficies favorables para la biodiversidad. Este trabajo sobre los indicadores ha permitido definir hojas de ruta que alinean la huella de carbono de ETIXIA con las mismas metodologías de cálculo que la de KIABI. Además, estamos aplicando medidas en las operaciones de nuestras tiendas en lo que respecta a los desafíos de la sobriedad energética (ver recuadro).

## KIABI Petite-Forêt: una construcción conjunta para dar vida a la Visión de KIABI

En 2023 se renovó la tienda Petite-Forêt (Hauts-de-France). Se aprovechó la ocasión para probar el nuevo concepto KIABI. «La idea es ver cómo nuestra Visión puede integrarse físicamente en los puntos de venta y en la experiencia del cliente en su conjunto», afirma **Miguel Esnault**, responsable de concepto y merchandising de KIABI. «Por este motivo, hemos cambiado el recorrido habitual en la tienda para liberar el flujo de los clientes, mejorar los servicios ofrecidos y fomentar el espíritu comunitario».

Oferta de reparación, personalización... Esta prueba también permitió abordar cuestiones como la reutilización de mobiliario, el uso de monomateriales o materiales reciclados en los maniquíes, la señalización, etc. Esta prueba se llevó a cabo en paralelo con los trabajos de renovación del edificio realizados por los equipos de ETIXIA: «Hemos introducido luz natural a través de iluminación cenital y hemos modificado la puerta principal de entrada de la tienda. También hemos

implantado un sistema de iluminación adaptativa en el interior de la tienda, que varía según el flujo de clientes y la luz exterior», indica **Ludovic Belko**, director de construcción, reestructuración y renovación de ETIXIA. También se han modificado el revestimiento y la cubierta del edificio para mejorar el aislamiento. Estas iniciativas han permitido lograr un **35 % de ahorro energético en las operaciones de la tienda y un 15 % en el edificio**. Este trabajo fue una buena oportunidad para poner en común las habilidades de los equipos de concepto y del departamento inmobiliario y determinar un enfoque global de los problemas medioambientales de la tienda. Los próximos pasos son escuchar los comentarios de los clientes sobre este nuevo concepto, ajustar el modelo de negocio de este tipo de proyectos, apoyar la evolución de las funciones afectadas en las tiendas y los servicios de apoyo. Además, deberemos optimizar la parte de mobiliario para aplicar este enfoque en otros países a partir de 2024.

También hemos iniciado pruebas con el fin de **dar una segunda vida a nuestro mobiliario y a los productos no comerciales**. Estas pruebas nos han permitido trasladar algunos equipos de una tienda a otra y recuperar muebles para los

Petits Magasins (véase la página 47).

El reto ahora es poder incluir en los procesos este enfoque y responder en particular a los problemas logísticos identificados durante estas pruebas.

## Sobriedad energética en KIABI

El tema del control y la reducción del consumo energético no es nuevo para KIABI. En las tiendas francesas, llevamos años trabajando en la transición a **leds de segunda generación** para la iluminación de nuestros locales y en la renovación de los **dispositivos de aire acondicionado** al final de su vida útil. «Es importante tener una visión global y trabajar con el propietario en estos temas», asegura **Isabelle Virenque**, directora técnica de obras para KIABI. «Si cambiamos el sistema de calefacción, pero no tenemos en cuenta el resto del edificio, el cambio no tiene ningún sentido».

Actualmente, estas acciones permiten a KIABI alcanzar ya parte de los objetivos para 2030 establecidos en el «decreto para el sector terciario». Este decreto parte de la ley Elan y obliga a los edificios dedicados al sector terciario a reducir gradualmente el consumo de energía. En 2023, 199 de las 226 tiendas francesas ya habían alcanzado el objetivo de reducir el consumo de energía en un 40 % para 2030 (en comparación con 2014).

La elección de una herramienta centralizada para configurar el aire acondicionado y la

calefacción para todas las tiendas francesas también permitió a KIABI responder muy rápidamente a las prerrogativas del acuerdo sectorial firmado en el marco del plan nacional de sobriedad energética durante el invierno de 2022-2023. «Hemos conseguido reducir significativamente el consumo en iluminación y calefacción» subraya Isabelle Virenque. «El reto ahora es afinar el análisis de otros tipos de consumo para gestionarlos de manera más precisa».



## Objetivos

- **-70 % de intensidad de carbono en el funcionamiento de los edificios** Etixia entre 2022 y 2040.
- **-60 % de intensidad de carbono en los inmuebles** Etixia entre 2022 y 2050.

## Hitos

- **158 de nuestras 229 tiendas francesas** han reducido su consumo energético en una media del 15,8 % entre 2022 y 2023.

## Encontrar un USO para la ropa no vendida y defectuosa

La gestión de nuestros productos no vendidos o defectuosos es, ante todo, un tema que tratamos previamente en nuestras tiendas: calculamos las previsiones de ventas y asignaciones de productos por canal (tienda o web) con la mayor precisión posible. Sin embargo, al final de la temporada, puede haber productos nuevos sin vender (el 1,9 %

en las colecciones de invierno de 2022 y verano de 2023). Así que nuestra responsabilidad es encontrarle un uso a estas prendas. Les damos salida a través de varios canales:

- **Donaciones** a las asociaciones locales en Francia.
- **Tiendas de saldo**, a las que revendemos las existencias no vendidas en almacenes y tiendas en países distintos de Francia. Estas tiendas revenden los productos en regiones donde no tenemos tiendas.
- **Marketplaces**, que nos ofrecen soluciones de venta digital (como Showroom Privé, por ejemplo).

Para 2026, el **100% de nuestros productos no vendidos** se destinarán a nuestros Petits Magasins.

### Ropa no vendida en 2023. ¿Qué pasa con ella?



## Trabajar codo con codo en torno al final de la vida útil de los artículos textiles

**A algunos productos demasiado usados o deteriorados no les podemos dar una segunda vida** en nuestras tiendas o con nuestros socios. Por eso es fundamental identificar y desarrollar nuevas soluciones de reciclaje que permitan gestionar su vida útil. Este problema no es exclusivo de KIABI, sino que afecta a todo el sector textil. Por eso hemos optado por un

enfoque colectivo de estos temas. En 2023, KIABI fue reelegido como director de **Re\_fashion**, la organización ecológica del sector textil, de la confección, de la ropa de hogar y del calzado.

*«Cuando eres uno de los principales actores en cuanto a volumen del mercado textil, tienes la responsabilidad de compartir las pruebas que haces, los comentarios de los clientes y las dificultades a las que te enfrentas en estos temas», explica Caroline Bottin, responsable de patronaje y ecodiseño, y representante de KIABI en el consejo de administración de Re\_fashion. «Debemos intervenir en la reflexión global sobre el uso de materiales reciclados y actuar como motor».*

Por lo tanto, en 2023 tuvimos la oportunidad de trabajar en los desafíos que plantea la recogida,

### La organización ecológica Re\_fashion

Re\_fashion es una organización ecológica centrada en el sector textil, de la confección, de la ropa de hogar y del calzado, que ofrece, en nombre de más de 5000 empresas, **la prevención y gestión del final de la vida útil de sus productos comercializados en el mercado de consumo francés**.

En el corazón del ecosistema del sector textil, confección, ropa de hogar y calzado, Re\_fashion ofrece herramientas, servicios e información que facilitan y aceleran la transformación hacia la economía circular. KIABI es miembro de Re\_fashion desde hace más de diez años y forma parte del consejo de administración desde hace cuatro años. Participamos en grupos de trabajo formados por varias empresas, como los comités de nomenclatura, ecomodulación y comunicación.



pero también en la **ecomodulación**, un enfoque implantado por Re\_fashion que permite variar las aportaciones de los participantes en función de

criterios relacionados con la sostenibilidad, la certificación y la utilización de materias primas procedentes del reciclaje en los productos.



# Compromiso social con todas las personas

- 1 Desafíos e indicadores
- 2 Fomentar el potencial de cada persona
- 3 Promover la igualdad de oportunidades y la inclusión
- 4 Mejorar las condiciones laborales
- 5 Nuestra responsabilidad social con los proveedores

03

# 1. Desafíos e indicadores

**Compartimos el espíritu familiar de KIABI con todo nuestro ecosistema: empleados, por supuesto, pero también proveedores, clientes, familias...**

**Si bien 2023 ha estado marcado por las crisis geopolíticas y por la transformación de nuestras actividades frente a los desafíos medioambientales, nuestra responsabilidad también es, en este contexto, comprometernos con nuestras comunidades para continuar mejorando las condiciones laborales, desarrollar la empleabilidad de todos y la igualdad de oportunidades.**

## Nuestros retos para mujeres y hombres

- 1 Condiciones laborales:** en términos de salud y seguridad, así como de bienestar, para nuestros empleados y también para los empleados que trabajan en las empresas de nuestros proveedores.
- 2 Gestión y desarrollo de competencias:** al servicio de nuestra nueva Visión, la empleabilidad de nuestros empleados para hoy y mañana.
- 3 Igualdad de oportunidades e inclusión:** para los empleados, los clientes y la sociedad.

## Datos 2023



**55 %**

de fábricas auditadas y evaluadas de conformidad con el nivel más alto de rendimiento en cumplimiento de los estándares sociales y normativos internacionales y los requisitos reglamentarios entre nuestros proveedores de nivel 1 y 2\*.



**46 %**

de empleados de KIABI han recibido formación para mejorar sus competencias.



**74 %**

de los empleados creen que KIABI es **una buena empresa en la que trabajar**.  
(Trust Index® Great Place to Work®).



**273**

personas han entrado en nuestros programas de **inserción laboral** desde 2020.

## Hitos



**Crear el observatorio de profesiones** para anticipar la evolución de las profesiones y las competencias y llevar a cabo nuestra Visión 2035.



**Trabajar en la carta de la diversidad**, que pretendía promover nuestra participación en temas de diversidad e inclusión.



97 676 horas de **formación para los empleados** en 2023, incluidas 72 427 horas de formación para el desarrollo de competencias.



**7 nuevos Le Petit Magasin** abiertos en 2023, con lo que el número total de tiendas solidarias asciende a 24.



**Nuevo requisito de cumplimiento** sobre los resultados de las auditorías de las fábricas de nuestros proveedores (se requiere una calificación A o B, frente a la A, B o C exigida anteriormente).



**Nueva revisión de los salarios** de nuestros empleados para responder a la inflación (+2 % a finales de 2022 y +2 % a finales de 2023).

\*Proveedores de artículos textiles, accesorios y calzado ITFAS de nivel 1 y 2

1

Desafíos e indicadores

Desafíos y estrategia

Actuar en favor del medioambiente

Compromiso social con todas las personas

Gobernanza y creación de valor

Anexos

Metodología y definiciones



**Franck de Saintignon,**  
director de recursos humanos.  
**KIABI**

«Somos, ante todo,  
una familia que rema  
en la misma dirección»

«KIABI es, ante todo, una familia que rema en la misma dirección. El capital humano se ha creado en torno a la idea de «hacer un trabajo que me gusta, con gente a la que quiero, para clientes a los que quiero». Esta dirección común nos ha permitido desarrollar un fuerte liderazgo, una gestión a través de la autonomía y la responsabilidad, audacia, creatividad... entramos en un importante punto de inflexión con la nueva Visión 2035. El reto ahora es apoyar a todos nuestros empleados en esta transformación, para desarrollar las competencias necesarias a nivel interno de cara a nuestro modelo futuro y garantizar un alto nivel de empleabilidad. También debemos apoyar a nuestros proveedores en lo que respecta a estas transformaciones, a través de relaciones y asociaciones más sólidas».

KIABI también es una marca humana, capaz de crear vínculos con todos nuestros socios, proveedores y clientes. Por último, en 2023, el 63 % de nuestros empleados eran accionistas\*. Así, todos se comprometen a entender el proyecto de empresa y presentan una fuerte capacidad de recuperación que alimenta a KIABI. En 2023,

\*Las acciones de KIABI están disponibles para los empleados de Francia, España e Italia.

## 2. Fomentar el potencial de cada persona

**En un mundo en constante movimiento en el que KIABI está llevando a cabo una profunda transformación de sus actividades, el desarrollo de las competencias y la empleabilidad de los equipos es una prioridad.**

### Desarrollo de competencias

Tenemos la responsabilidad de permitir que todas las personas participen de manera activa en su formación y empleabilidad, a través de itinerarios de desarrollo adaptados. En 2023, se impartieron 72 427 horas de formación para la mejora de competencias a los empleados de KIABI.

Los objetivos de estos cursos de formación son:

- **Respalda el desarrollo de habilidades profesionales**, a través de los planes de formación nacionales, sectoriales, etc.
- **Fomenta las habilidades interpersonales de cada empleado**, es decir, todos los comportamientos propios de la cultura KIABI

y sus valores, como la benevolencia, el nivel de exigencia, el servicio al cliente o el espíritu emprendedor. Se ofrecen cursos de formación sobre la comunicación y el autoconocimiento.

→ **Apoya a los responsables en su misión**, sobre los temas de rendimiento, gestión, liderazgo, visión y estrategia. El curso «Conocer mi liderazgo» es obligatorio para todos los nuevos directivos; en 2023 más de 40 empleados han completado este módulo.

### Coaching by KIABI

En 2018, KIABI también lanzó la escuela de Koachs, para reforzar el desarrollo personal de los empleados. En 2023, los coaches internos, cuya formación está reconocida por la International Coaching Federation (ICF), apoyaron a



80 empleados en Francia e Italia durante más de 600 horas.

### Un nuevo observatorio de profesiones

Además de estos cursos de formación, con el fin de apoyar la Visión 2035 de KIABI, en 2023 creamos el observatorio de profesiones. Este proyecto, liderado por los equipos de talento, recursos humanos y por responsables de los distintos puestos, tiene como

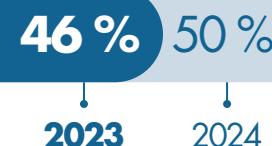
objetivo entender y anticipar las necesidades de la compañía en cuanto a competencias humanas, para poder seguir las estrategias y hacer frente a las transformaciones en curso.

Con esto en mente, el observatorio de profesiones de KIABI se centra en tres tipos de acciones:

- Internamente, comprender el **impacto de la Visión 2035 en cuanto a las profesiones y la organización**.
- Identificar el talento y las profesiones para apoyar estos cambios.
- Un trabajo **prospectivo** para arrojar luz sobre las tendencias profesionales y las competencias del mañana.

## Datos 2023

Empleados de KIABI que han recibido formación para mejorar sus competencias:



## Hitos

- **600 horas** de coaching dirigidas internamente.
- **Reestructuración de la formación** de los asesores de ventas.



### 3. Promover la igualdad de oportunidades y la inclusión

**El respeto por la diversidad es un valor fundamental de KIABI, patente en las habilidades interpersonales clave de los empleados. Se trata, principalmente, de un activo que enriquece el valor colectivo creado en KIABI a través de la multiplicidad de perspectivas y enfoques.**

**Dado que entendemos la pluralidad de las familias, hoy podemos seguir ofreciéndoles las mejores soluciones en el día a día.**

#### Un exitoso acuerdo de discapacidad

El acuerdo de discapacidad de KIABI Francia se firmó hace tres años y, desde entonces, ha ayudado a la empresa a avanzar: en 2023, los empleados con **discapacidad** representaron el 5,1 % de la plantilla de KIABI en Francia, frente al 3,6 % del año anterior. Este tema está ahora liderado por referentes de la discapacidad en lo que respecta a la logística y los servicios y, a escala europea, reciben el apoyo de personal local in situ. Además,

se encargan de poner en práctica los ejes definidos en el acuerdo:

- **Mantener y desarrollar** el índice de empleo de las personas con discapacidad, a través de acciones de contratación, integración, formación y retención de los trabajadores con discapacidad.
- **Reforzar** la información, sensibilización y comunicación sobre discapacidades para todos los empleados.
- **Desarrollar y dar a conocer** el papel del personal de apoyo en materia de discapacidad en los países y las tiendas.

#### Elaborar una carta de la diversidad

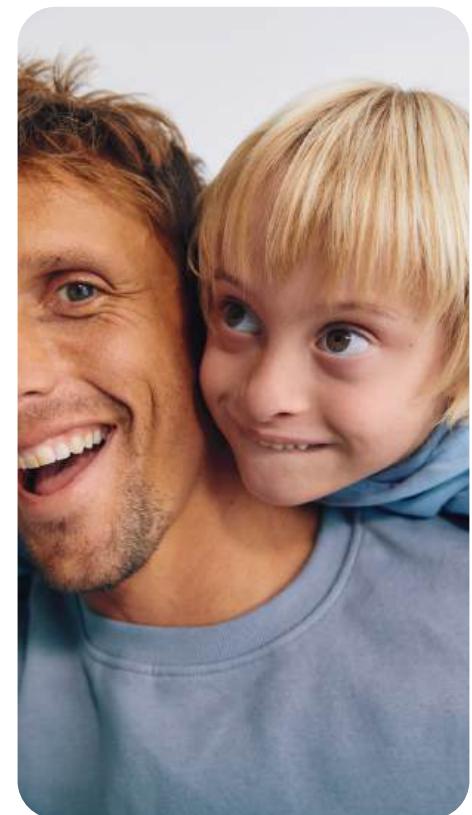
Tanto la diversidad como la inclusión son aspectos que están integrados en las habilidades interpersonales que se requieren a nuestros empleados. Fomentamos estos aspectos a través de los rituales de gestión mensuales y anuales.

Ante un tema tan amplio, en el que cada vez hay más en juego, nuestro deseo es ir más allá: «Queríamos trabajar en 2023 en una carta de la diversidad, para poner sobre el papel y de forma concreta lo que entendemos por este término en KIABI, definir una base común más clara para todos los empleados y acelerar y comprometernos con ciertos temas en los que queremos avanzar», indica **Bastien Chaldaureille**, responsable de desarrollo social en KIABI. «Nos preguntábamos si debíamos renunciar a ciertos temas, pero dejar fuera cualquier temática significaría alejarse de la idea de la diversidad».

Esta carta es el resultado de un trabajo colectivo con empleados franceses, italianos, españoles e indios. Ha permitido identificar dos áreas de progreso para KIABI en el tema de las personas mayores y la intergeneracionalidad. Está previsto que la redacción de esta carta finalice en el primer semestre de 2024 con el fin de apoyar los esfuerzos realizados por los empleados en esta materia a partir del segundo semestre del año.

Los ejes principales de la carta de la diversidad de KIABI son:

- **Informar y concienciar** a los empleados en temas de diversidad e inclusión.
- **Luchar** contra cualquier forma de discriminación (sexo, edad, discapacidad, origen étnico, orientación sexual o religiosa, etc.).
- **Contratar y promover** talentos de acuerdo con sus competencias y cualificaciones.
- Establecer un **diálogo social** inclusivo dentro de KIABI.
- **Cuantificar y evaluar** las acciones implantadas.



# Luchar por la igualdad profesional entre mujeres y hombres

Firmado en 2021, el acuerdo sobre igualdad profesional entre mujeres y hombres reafirma la voluntad de KIABE de promover y fomentar la diversidad, a través de la equidad y la paridad entre mujeres y hombres.

El reto es garantizar la igualdad profesional para todos. Hemos identificado **cinco áreas de compromiso** para lograr estos objetivos:

- Acceso al empleo
  - Información y formación profesional
  - Acceso a la movilidad y promoción interna
  - Remuneración
  - Condiciones laborales, conciliación con la vida familiar y ejercicio de la responsabilidad parental.

Una moda  
que es de verdad  
para todos

Las empresas que forman parte del sector de la moda a menudo han transmitido imágenes y ofrecido productos muy alejados de la diversidad de su público objetivo. Somos aliados de las familias y llevamos en nuestro ADN el papel de defensores de la accesibilidad, lo que nos ha llevado a pasan-



varios años desarrollando colecciones inclusivas, pensadas para ayudar a nuestros clientes en lo que son, en todas las etapas de su vida. Algunas de estas colecciones, fáciles de poner, han sido diseñadas junto con jóvenes adultos con discapacidad, padres de niños con discapacidad o cuidadores (entrevistas, mesas redondas, etc.).

Estas ofertas inclusivas se amplían regularmente con nuevos modelos y ahora representan el 9,2 % de nuestra oferta.

→ **Tallas grandes:** Desde hace varios años, KIABI ofrece modelos con tallas hasta 6XL, aptos para todo tipo de cuerpos. El objetivo es seguir ampliando esta oferta y desarrollar la oferta de maternidad de tallas grandes.

→ **Discapacidad:** con las colecciones So Easy con prendas fáciles de poner (disponibles en la web), dirigidas a niños y adultos con discapacidad. De este modo, el día a día se vuelve más sencillo, gracias a un diseño y unos sistemas de apertura que permiten vestirse de forma autónoma.

- Salud con **colecciones postoperatorias** para mujeres que padecen cáncer de mama (disponibles en la web). La oferta de lencería postoperatoria está diseñada con sistemas de sujeción frontal, copas adaptadas a prótesis, tirantes ensanchados y materiales suaves para mayor comodidad.

# Objetivo 2023

## % de mujeres **directivas** en 2023

(en los comités de gestión global, en los de nuestros países de distribución: Francia, España, Italia, Bélgica, Portugal, y en el comité de dirección de Etixia).



% de empleados con **discapacidad** en el mundo\*:



\*Este método de cálculo no se corresponde con el método de cálculo legal francés. Sin embargo, nuestro porcentaje es más alto que el porcentaje legal del 6 % exigido en Francia.

EL ÍNDICE DE IGUALDAD PROFESIONAL 2023

Cada año, KIABI debe calcular su índice de igualdad profesional entre mujeres y hombres. Este índice incluye cinco criterios: brechas salariales, brechas en las tasas de incremento salarial, brechas en las tasas de promoción, un indicador sobre el retorno de la licencia de maternidad y un indicador sobre el número de empleados de un sexo subrepresentado entre los diez que más ganan. **En 2023, KIABI obtuvo una puntuación de 94/100**, la misma que en 2022.

## Los Petits Magasins, vectores de integración

Desde 2017, KIABI apoya el proyecto de Petits Magasins, dirigido por varias asociaciones de inserción profesional en Francia. Los Petits Magasins se integran allá donde existen necesidades y cumplen varios objetivos:

- **Apojar** la vuelta al empleo y la autoestima de sus trabajadores.
- **Ofrecer** ropa nueva para familias en situación precaria.

→ **Crear** un vínculo entre los distintos actores locales.

El apoyo de KIABI se materializa con el patrocinio, la donación de productos y material, así como con el intercambio de competencias: cada Petit Magasin cuenta con el respaldo de una tienda tutora de KIABI, antes de su apertura y a lo largo de todo el proyecto.

Además, KIABI ofrece **planes de formación** para apoyar a los equipos de los Petits Magasins en materia de empleabilidad e integración en el sector de las ventas. Algunos de los temas tratados son el comercio, la relación con los clientes, la seguridad, etc. El objetivo es que cada persona



### Hitos

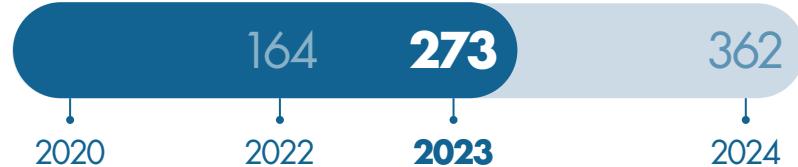
→ 24 Petits Magasins abiertos en Francia, 7 de ellos en 2023.

→ 63 personas han seguido el plan de formación propuesto por KIABI.

→ 41 salidas dinámicas en 2023 (empleos sostenibles, empleos de transición, salidas positivas, formación, etc.).

### Datos 2023

Personas que han entrado en nuestros programas de inserción laboral desde 2020 gracias a los Petits Magasins:



que haya seguido este plan de desarrollo sea capaz de identificar un camino hacia la integración al finalizar.

En 2023, quisimos reforzar nuestro compromiso con las cuestiones sociales colaborando con Vitamine T,

una organización francesa dedicada al empleo y la inclusión. Por lo tanto, nuestro deseo es aumentar nuestra participación en el proyecto de los Petits Magasins para convertirnos en un actor plenamente comprometido.



**Pierre Alcalá,**  
responsable de negocios con impacto positivo  
**KIABI**

## «Acelerar la inserción con Vitamine T»

«Cuando KIABI habla de diversidad e inclusión, debemos considerar un ecosistema abierto, que no tiene en cuenta únicamente a nuestros empleados. ¿Qué hacemos con los jóvenes que son discriminados desde el principio? ¿Cómo permitimos que todos se vistan con dignidad?

**El reto de los Petit Magasins es ofrecer igualdad de oportunidades para todas las familias.** Después de algunos años de retroceso, los resultados son excelentes: los Petits Magasins nos permiten recuperar una posición de aprendizaje, dar un paso atrás en nuestros métodos operativos y de gestión, dejar a un lado las cuestiones de contratación...

En 2023, trabajamos en particular con Vitamine T, un actor del sector francés del empleo y la inclusión, para seguir ampliando nuestro compromiso. No

siempre es fácil, porque es el tipo de proyecto que hace que nos enfrentemos a mundos que no se conocen bien: tenemos que trabajar juntos, aceptar que nos desafíen... pero también tenemos que compartir con Vitamine T nuestras fortalezas y debilidades. Hemos logrado capitalizar las acciones llevadas a cabo en los últimos años. El objetivo es continuar juntos esta aceleración.



## Desafíos que debemos superar

- Finalizar nuestra carta de la diversidad e implantarla en todos los países en los que estamos presentes.
- Definir indicadores relacionados.
- Seguir desarrollando colecciones inclusivas.

### EL PROGRAMA SKOLA EN LOGÍSTICA: LOS ÚLTIMOS PASOS ANTES DEL EMPLEO

En 2023, el almacén de Lauwin-Planque acordó una colaboración con **Les apprentis d'Auteuil**, una fundación sin ánimo de lucro que trabaja para promover la inclusión de los jóvenes. El programa Skola ayuda a los jóvenes a conocerse a sí mismos y descubrir sus talentos junto a profesionales del sector. De este modo, reciben una primera cualificación mediante la firma de un contrato de profesionalización de seis meses. En 2023, acogimos y apoyamos a doce jóvenes en nuestro almacén. Este apoyo ha permitido que tres de estos contratos de profesionalización se conviertan en contratos indefinidos (entre ellos un trabajador con discapacidad), mientras que uno de ellos pasó a ser un contrato de duración determinada de seis meses.

### 10 AÑOS CON OCTUBRE ROSA

En 2023, KIABI celebró diez años de compromiso con la Liga Contra el Cáncer, con el apoyo de la campaña Octubre Rosa. En esta ocasión, creamos una colección solidaria de ropa interior rosa y llena de vitaminas, con la que donamos a la Liga contra el Cáncer un euro por cada compra de un producto de la gama. Durante los últimos diez años, KIABI y sus empleados también han llevado a cabo numerosas acciones en diferentes países con asociaciones que luchan contra el cáncer organizando remodelaciones de salas de quimioterapia, charlas sobre moda y carreras «rosas».



### KIABI COMMUNITY Creación conjunta para la inclusión.

Para diseñar estas colecciones inclusivas, hemos puesto en práctica un proyecto de **creación conjunta con nuestras clientas**. Como si de verdaderas embajadoras se tratara, eligen los modelos con los que trabajar y dan su opinión en cuanto al estilo o la comodidad. Integraron sus ideas en el diseño de nuestras prendas: por ejemplo, ha sido a raíz de los comentarios de nuestras clientas sobre la gama postoperatoria por lo que hemos desarrollado un sujetador deportivo.

En este proceso de apertura, nuestra plataforma KIABI Community es una verdadera herramienta de diálogo e inclusión de las diferentes comunidades familiares: tallas grandes, padres jóvenes, etc. Les damos la oportunidad de compartir sus opiniones sobre el diseño de nuestros modelos gracias a las herramientas de creación conjunta flash o incluso de representar la diversidad de KIABI como musas.



# 4. Mejorar las condiciones laborales de nuestros empleados

**Dado que empleamos a 9049 personas, tenemos responsabilidades con cada una de ellas en términos de bienestar y seguridad en el trabajo.**

## Avanzar juntos

EN 2023, Kiabi recibió de nuevo la certificación **Great Place to Work®**. KIABI obtuvo buenos resultados en dos categorías de la clasificación en Francia:

→ **Número cuatro en la categoría de Best Workplaces®**, que premia a las organizaciones donde mejor se trabaja (categoría de más de 2500 empleados).

→ **Best Workplace for Women™**, que reconoce a las empresas por su compromiso con la igualdad profesional.

Más allá de un simple ranking, esta clasificación es sobre todo una forma de evaluar la percepción de los empleados y la calidad de su experiencia en KIABI. La metodología de Great Place to Work® consiste en hacer llegar el cuestionario Trust Index® a todos los empleados, a la que cualquier persona puede responder de forma anónima.

Además, KIABI elabora un informe para evaluar sus prácticas de gestión.

En función de los resultados, y de forma adaptada a cada equipo, establecemos planes de acción cada año para atender las necesidades identificadas en los resultados en materia de bienestar en el trabajo.

También hacemos un seguimiento de la rotación del personal en KIABI, que fue del 19,2% en 2023.

## Prevenir los riesgos para la salud de nuestros empleados

**La salud y la seguridad de nuestros empleados son una prioridad.** Esto se traduce en formación para reducir el riesgo de accidentes laborales, enfermedades y absentismo.

Ofrecemos a cada empleado una formación adaptada a su puesto de trabajo: simulacros de evacuación, riesgos psicosociales, limitación de trastornos musculoesqueléticos, etc. En 2023, también continuamos el trabajo que venimos realizando desde 2022 en materia de ergonomía en las tiendas. Aprovechamos la prueba de nuevo concepto que realizamos en la tienda de Petite-Forêt (Hauts-de-France) para cuestionarnos la integración de aspectos ergonómicos en el proyecto.

Con el apoyo de Pôle Santé Travail, un servicio de prevención de riesgos y salud laboral, realizamos un diagnóstico para evaluar el impacto del nuevo concepto en los distintos puestos de trabajo en términos de:

- Recepción, almacenamiento y preparación de artículos.
- Colocación, mantenimiento y suministro de estanterías.
- Relación con el cliente y asesoramiento.
- Dotación de personal, planificación y distribución de tareas.
- Nuevos servicios.



## RESULTADOS GREAT PLACE TO WORK® 2023

**86 %** «Estoy orgulloso de nuestros logros».

**86 %** «Se acoge correctamente a los nuevos empleados».

**79 %** «Valora la contribución de mi empresa a la sociedad».

## Nuestros indicadores sobre salud y seguridad 2023

- Absentismo: **6,7 %** (excepto Italia)
- Porcentaje de enfermedades profesionales: **0,4 %**
- Índice de frecuencia de accidentes laborales: **23,27**

## Datos 2023

Proporción de los empleados que cree que KIABI es una buena empresa en la que trabajar (Trust Index® Great Place to Work®)

74

74

75

2022

2023

2024

## Hacia nuevas formas de trabajar

Desde la crisis del COVID-19, el teletrabajo ha experimentado un gran auge y ha transformado los hábitos en cuanto al trabajo. Contribuye al bienestar en el trabajo y puede facilitar a los empleados la conciliación entre la vida familiar y laboral, al reducir el tiempo de desplazamiento. Esta flexibilidad también puede ser un factor atractivo de cara a la contratación, por ejemplo, en el caso de profesiones en las que no hay muchos trabajadores.



Con el fin de regular el teletrabajo, KIABI estableció un acuerdo en 2023 sobre el teletrabajo y el derecho a la desconexión. Hemos definido tres formas de teletrabajo:

- **Teletrabajo regular**, con un máximo de dos días por empleado.
- **Teletrabajo ocasional**, para los empleados cuyo trabajo no les permite disfrutar de teletrabajo regular.
- **Teletrabajo excepcional**, que se puede conceder por razones médicas, por ejemplo.

En este texto también se aborda el tema del derecho a la desconexión, incluido en nuestro acuerdo de calidad de vida y condiciones laborales de 2022.



## Ayudar a nuestros empleados con la inflación

El año 2023 estuvo marcado por un contexto inflacionario que afectó tanto a nuestros empleados como a muchos clientes. Con el fin de permitirles mantener su poder adquisitivo en este contexto

excepcional, hemos incrementado los salarios de manera global en varios países.

En Francia, tras un aumento inicial del 2 % en noviembre de 2022, en enero de 2023 se concedió un 2 % adicional, lo que significó un incremento global del **4 % destinado a mantener el poder adquisitivo de nuestros empleados**.

\*Cifras a 31/12/2023

## 5. Nuestra responsabilidad social con los proveedores

Trabajamos con proveedores ubicados principalmente en Asia y el norte de África. Estos proveedores están divididos en diferentes niveles, desde la granja (nivel 4) que cultiva el algodón necesario para fabricar la ropa, hasta la fábrica de confección (nivel 1), pasando por la fábrica de tejido o la planta de teñido. Nuestra responsabilidad es garantizar que las condiciones laborales de los empleados de nuestros proveedores cumplan con las regulaciones locales, las normas y las convenciones internacionales de trabajo, además de nuestros requisitos.

### Compartir un marco común

Las legislaciones en materia de condiciones laborales varían de un país a otro. Por este motivo, hemos establecido un **código de conducta**, integrado en los contratos firmados con los proveedores con los que trabajamos directamente, que define los requisitos sociales y medioambientales de KIABI.

Este código de conducta se basa en **estándares internacionales reconocidos**, como la Carta de las Naciones Unidas, el Código Internacional del Trabajo, la Declaración Universal de Derechos Humanos y la legislación local vigente. Prohíbe, entre otras cosas, el **trabajo infantil**, el **trabajo forzoso** y la **discriminación**, y garantiza la **libertad de asociación**. También establece las condiciones de seguridad, las horas de trabajo o los requisitos medioambientales exigidos por KIABI.



## Organización de las auditorías

Con el fin de garantizar el cumplimiento de este código, **realizamos auditorías periódicas en las fábricas de los proveedores.**

Se utilizan diferentes medios:

- Algunas de estas auditorías las llevan a cabo nuestros empleados (12 % de las auditorías sociales), especialmente en Asia y Turquía.
  - Podemos recurrir a empresas externas para que lleven a cabo estas auditorías (6 % de las auditorías sociales).
  - También podemos solicitar auditorías a través de plataformas internacionales como la Business Social Compliance Initiative (BSCI), Smeta o la Initiative for Compliance and Sustainability (ICS) (83 % de las auditorías sociales).

En este caso, hemos establecido tablas para convertir los resultados de estas plataformas según nuestra metodología de calificación, con el fin de obtener resultados comparables entre todos los proveedores. Hemos adoptado el protocolo de auditoría «Taking Turns»: si de la primera auditoría se encarga el equipo interno de KIABI, de la segunda se encargará un tercero. La tercera también lo realizará el equipo de KIABI. Este protocolo ayuda a evitar que se establezcan vínculos y hábitos inadecuados entre proveedores y auditores. **Estas auditorías nos permiten evaluar a nuestros proveedores en una escala de la A a la E**. Esta tabla de calificación se ha desarrollado sobre la base de las metodologías de auditoría de BSC (Amfori), ICS y SMETA (E.T.I.).



Cuanto mejor sea la puntuación, más espaciadas estarán las auditorías. No obstante, habrá un mínimo de una auditoría al año por fábrica de confección. Cuanto peor sea, más frecuentes serán. Una puntuación E, que equivale a la calificación de inaceptable, indica problemas críticos y la necesidad de acciones correctivas inmediatas. El proveedor dispone, a partir de ese momento, de seis meses para mejorar su calificación. En caso contrario, deberemos poner fin a nuestra relación comercial. En caso de incumplimiento grave, detenemos inmediatamente la actividad o la espera de medidas correctivas. En cualquier caso, **animamos a nuestros proveedores a que se apropien de estas cuestiones** relacionadas con el cumplimiento normativo para que puedan mejorar de manera continua.

A la luz de nuestra política Zero Tolerance Violations (ZTV), nos reservamos el derecho de rescindir la relación con un proveedor en cualquier momento en caso de incumplimiento grave de nuestro código de conducta o de falta de intención de progresar.

## Plataformas internacionales de auditoría utilizadas por KIABI

**Las auditorías BSCI, ICS y SMETA son auditorías basadas en normas internacionales en el ámbito de la organización del trabajo.**

**BSCI:** la Business Social Compliance Initiative se basa en las normas laborales de la Organización Internacional del Trabajo. Es un movimiento sectorial desarrollado en 2003 por Amfori, una asociación comercial internacional para el comercio abierto y sostenible. Permite a las empresas controlar y evaluar las mejoras en el rendimiento social de sus proveedores en relación con los requisitos del código de conducta BSCI de Amfori.

**SMETA:** las auditorías SMETA utilizan el código básico ETI, basado en los convenios de la Organización Internacional del Trabajo, así como en las leyes locales pertinentes. Las auditorías SMETA pueden llevarse a cabo de acuerdo con dos o cuatro bloques de auditoría. Los dos bloques obligatorios para cualquier auditoría SMETA son las normas laborales, de salud y de seguridad. Los dos bloques adicionales de una auditoría de cuatro bloques son la ética empresarial y el medioambiente, que se introdujeron para profundizar en el aspecto de la responsabilidad social en las auditorías SMETA.

**ICS:** la iniciativa sectorial internacional Initiative for Compliance and Sustainability (ICS) tiene como objetivo mejorar las condiciones laborales en las cadenas de suministro globales de los minoristas y de las marcas adheridas. La ICS está formada por empresas minoristas y marcas multinacionales del sector textil, de la venta al por menor, del calzado, de la electrónica y del mobiliario. Los miembros de ICS colaboran utilizando herramientas comunes para agrupar auditorías, ayudar a reducir la «fatiga de la auditoría» y compartir conocimientos y mejores prácticas.

	A	B	C	D	E
TABLA DE CONFORMIDAD	Excepcional	Bien	Satisfactoria	Insuficiente	Inaceptable
NOTA FINAL	≥ 95 % Sin ZTV Sin puntos críticos	≥ 90 % Sin ZTV Sin puntos críticos	≥ 85 % Sin ZTV Puntos críticos <=1	≥ 80 % Sin ZTV Puntos críticos <=2	≥ 80 % y/o ZTV y/o puntos críticos >2

## ¿Qué medidas se deben tomar si se detectan disconformidades durante las auditorías?

En el caso de que una de las auditorías revele una no conformidad, **los proveedores tienen dos semanas para compartir con nosotros un plan de acción correctivo.**

Este plazo puede variar según el caso:

- En caso de no conformidad relacionada con la seguridad contra incendios, los salarios, las licencias, los permisos, las autorizaciones y los certificados legales, requerimos un plan de acción inmediato, en un plazo máximo de una semana.
  - En caso de una no conformidad crítica, o si algo es imposible de verificar, también requerimos un plan de acción inmediato, en un plazo máximo de una semana.
  - En caso de no conformidad grave (por ejemplo, cantidad insuficiente de extintores), el plazo para compartir el plan de acción es de cuatro semanas.
  - En caso de no conformidad leve (por ejemplo, falta de control en el seguimiento de la formación en seguridad), el plazo para compartir el plan de acción es de ocho semanas.
  - Si un elemento no puede ser auditado, requerimos un plan de acción correctivo.
- Una vez proporcionado el plan de acciones correctivas, se realiza una auditoría de seguimiento, en un plazo determinado por la puntuación obtenida por el proveedor.
- En 2023 **endurecimos los requisitos para la calificación de los proveedores.** Mientras que hasta ahora nuestro objetivo era conseguir que todos los proveedores auditados obtuvieran la calificación A, B o C, ahora, nuestra ambición es que todos los proveedores obtengan una calificación A o B únicamente. Además, la totalidad de las nuevas fábricas incluidas en nuestra lista deben obtener una calificación A, B o C.



## Hitos

- 1209 auditorías realizadas, es decir, el 91 % de nuestras plantas de nivel 1 y 2 auditadas en 2023.
- La totalidad de las nuevas fábricas incluidas en nuestra lista, clasificadas como A, B o C.
- Todas las fábricas incluidas en el listado que han obtenido una calificación E desde julio de 2022 han cambiado su situación en un plazo de 6 meses: tres han mejorado su calificación, mientras que se puso fin a la relación comercial con un proveedor.

## Datos 2023

Porcentaje de fábricas auditadas y evaluadas de conformidad con el nivel más alto de rendimiento en cumplimiento de los estándares sociales y normativos internacionales (A+B), entre nuestros proveedores de nivel 1 y 2.\*

55 %

2023

63 %

2024

## Desgloses de las auditorías de las fábricas por calificación:

	A	B	C	D	E
NIVEL 1	16 %	51 %	31 %	3 %	0 %
NIVEL 2	19 %	29 %	49 %	3 %	0 %

\*Proveedores de artículos textiles, accesorios y calzado ITFAS de nivel 1 y 2



# Gobernanza y creación de valor



- 1 Para un rendimiento sostenible
- 2 Desafíos éticos y de cumplimiento
- 3 Actuar para y con nuestros clientes
- 4 Crear vínculos con las regiones
- 5 Actuar en un ecosistema abierto

04

# 1. Para un rendimiento sostenible

**Los desafíos medioambientales y sociales a los que nos enfrentamos, así como la aplicación de nuestra Visión 2035, plantean numerosos retos a nuestras organizaciones y cuestionan la definición de rendimiento de KIABI. Se trata, por tanto, de una profunda reflexión sobre nuestro modelo, métodos de toma de decisiones y sistemas organizativos que tienen como objetivo dar respuesta a estos nuevos retos.**

## Desafíos

- 1 Transformar nuestro modelo de gobernanza para impulsar nuestra Visión 2035.**
- 2 Compartir el valor creado con los empleados.**
- 3 Garantizar la diversidad y la paridad.**
- 4 Garantizar la satisfacción del cliente.**
- 5 Garantizar la seguridad de nuestros sistemas informáticos.**

## Datos 2023



## Hitos

- Una nueva Visión 2035 que incorpora un enfoque **triple capital** (medioambiental, social y de gobernanza, además del capital económico).
- **Inclusión del rendimiento medioambiental y social** en el cálculo de la prima anual variable del comité de dirección de KIABI y de los comités de dirección de los departamentos de apoyo y países.
- La puesta en marcha de un comité de clientes para abordar las cuestiones que más molestan a nuestros clientes.
- Un diagnóstico completo de la seguridad informática en KIABI.

\*El volumen de negocios sostenible incluye la oferta de KIABI relacionada con las reparaciones, el alquiler, la segunda vida y el ecodiseño de niveles 1+2+3.

\*\*Indicador definido por la agencia de calificación Bitsight.



**Cendrine Tabary,**  
responsable de rendimiento.  
**KIABI**

## «Una profunda transformación del análisis del rendimiento»

«La redacción de nuestra Visión 2035 nos ha permitido enriquecer la promesa de marca. Para ello, será necesario llevar a cabo muchas transformaciones, que repercutirán en la forma en la que analizamos el rendimiento. Por ejemplo, se incluirán en el análisis los desafíos medioambientales, sociales y de gobernanza, además del rendimiento económico.

Este enfoque de triple capital es nuevo para KIABI y nos permitirá medir y preparar todos los objetivos identificados en nuestro análisis de doble materialidad. Se trata de una transformación

profunda, que nos obliga a revisar nuestras herramientas de gestión y a disponer de métricas para identificar los retos medioambientales y sociales en cada proyecto. En 2023, se incluyeron indicadores de rendimiento medioambiental en la parte variable de la retribución de los directivos. Son retos importantes, pero podemos confiar en una cultura corporativa sólida, en la fiabilidad de nuestro modelo y en nuestra buena salud financiera. Nuestra posición como uno de los protagonistas del sector de la moda nos hace responsables frente a estos nuevos desafíos, por lo que debemos servir de inspiración y lograr el cambio.

# 1. Un modelo de gobernanza al servicio de un rendimiento sostenible

**Desde que se fundara en 1978, KIABI se ha basado en valores que sitúan a mujeres y hombres en el núcleo de su funcionamiento. Estos valores están intrínsecamente integrados en el sistema de gobernanza de la empresa.**

## Un accionariado formado por familias y empleados

Como accionistas de la compañía, los empleados son una parte interesada importante. Son el núcleo del sistema y los responsables del rendimiento. Además, están implicados en su consecución y comparten su valor. Todos y cada uno de nosotros nos hemos comprometido con el éxito del proyecto KIABI mediante la nueva Visión 2035 presentada en noviembre de 2023.

**El consejo de administración** es el garante de la visión estratégica a largo plazo de la empresa.

Define sus principales orientaciones estratégicas, incluidas las cuestiones medioambientales y sociales, y vela por su aplicación.

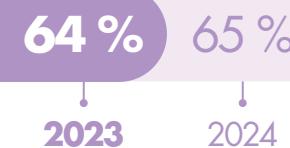


## Trabajamos en la creación de un comité de transición medioambiental

El consejo de administración de KIABI tiene la intención de crear un comité medioambiental formado por expertos, en la misma línea que el comité de recursos humanos y el comité financiero. Gracias a la creación de este comité se abordarán los temas medioambientales en el nivel más alto de la compañía, lo que nos permitirá beneficiarnos de las opiniones informadas del consejo en lo que respecta a la aplicación de estrategias, en línea con la visión general de la compañía.

## Datos 2023

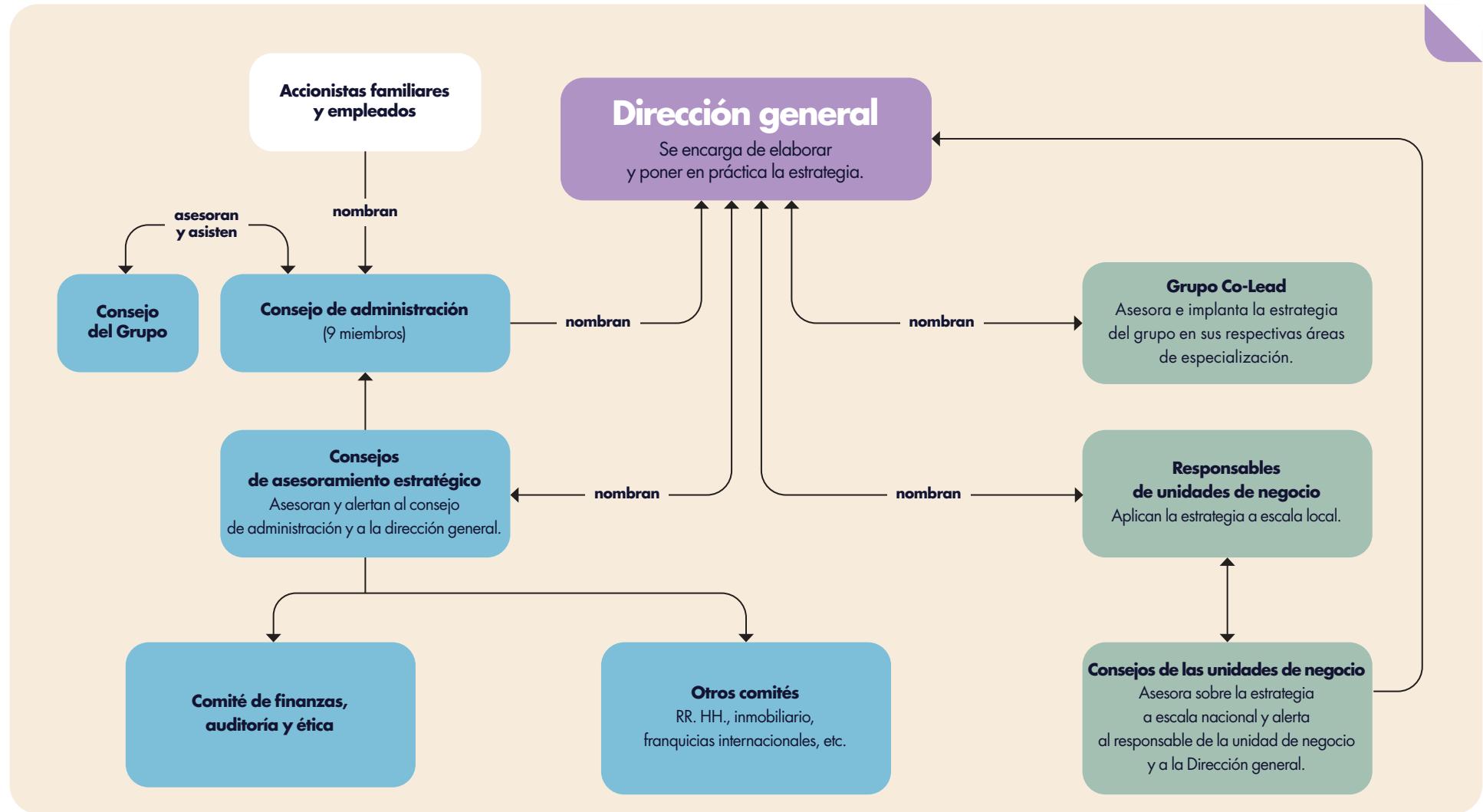
Porcentaje de **empleados accionistas**:



También se encarga de garantizar la implantación del sistema de prevención de la corrupción y el tráfico de influencias, así como de una política de no discriminación y diversidad dentro de la empresa.

Entre los objetivos prioritarios del consejo de administración se encuentran el incremento del valor medioambiental, social y económico de la empresa, además de la defensa del interés social.

Gobernanza KIABI



## Un enfoque de triple capital

Gracias a la integración de las cuestiones medioambientales y sociales en el núcleo de la estrategia de KIABI, podemos reflexionar sobre la forma en que definimos y medimos el rendimiento de la empresa.

Además de los indicadores económicos de KIABI, identificamos nuevas metas, indicadores y hojas de ruta para evaluar nuestro rendimiento medioambiental y social. Se determinaron tomando como base nuestro análisis de doble materialidad.

La integración de estos indicadores ha supuesto la transformación de la manera en que vemos el rendimiento empresarial. El indicador «volumen de negocio sostenible» tiene como objetivo, por ejemplo, ayudarnos a acelerar el desarrollo de una oferta que tenga un menor impacto en el medioambiente, que sea más circular y que integre **ecodiseño, segunda mano, reparaciones y alquiler**.

Estos indicadores también se tendrán en cuenta a la hora de analizar la valoración de KIABI y se incluirán en el cálculo a partir de 2025, por lo que serán aplicables al ejercicio 2024.



## Desafíos que debemos superar

- Integrar los desafíos, prioridades y responsabilidades medioambientales y sociales en los órganos de gobernanza.
- Crear e impulsar un rendimiento triple capital, que integre el rendimiento medioambiental, social y de gobernanza, además del rendimiento económico.
- Desarrollar datos y sistemas informáticos seguros para consolidar nuestras mediciones del impacto y el rendimiento.

## Datos 2023

Proporción del **volumen de negocio sostenible** procedente de las reparaciones, el alquiler, la segunda vida y el ecodiseño de niveles 1+2+3:

0,3 %

2023

## Objetivos incluidos en la remuneración

El hecho de que se incluyan los objetivos medioambientales y sociales de KIABI en la remuneración de los empleados, además de los objetivos económicos, ayuda a fomentar el enfoque del triple capital del rendimiento.

**En 2023 modificamos nuestro sistema retributivo** con el objetivo de incluir estas cuestiones. Implantamos un nuevo sistema de primas anuales variables para el comité de dirección de KIABI y los comités de los departamentos de apoyo y países.

Esta prima ahora incluye un **positive index**, que tiene en cuenta el rendimiento medioambiental y social:

- El 40 % del positive index está condicionado por el porcentaje del volumen de segunda mano vendido.
- El 30 %, por la cantidad de productos que se benefician de un enfoque de ecodiseño (para finales de 2023).
- El 30 %, por un objetivo relacionado con la marca empleadora y el clima social, que varía según el sector y el país (Trust Index© Great Place to Work®, por ejemplo).

Este **positive index** representa ahora el 20 % de la prima anual variable.



## Desafíos que debemos superar

- Organizar un rendimiento triple capital en nuestros sistemas informáticos y rituales de gestión.



## 2. Desafíos éticos y de cumplimiento

**Parte de nuestra responsabilidad consiste en prestar mucha atención a las cuestiones éticas dentro de la cadena de valor y con las partes interesadas. Además, debemos controlar los riesgos en desarrollo, como los relacionados con la seguridad informática. Gracias a una movilización en todos los niveles de KIABI podemos ofrecer todos los medios para integrar estos temas y actuar de acuerdo con nuestro código ético y de conducta.**



### Elementos que fomentan un comportamiento ético

Desde 2022, uno de nuestros departamentos se dedica específicamente a la ética empresarial dentro de la dirección de finanzas. Es responsable de los temas relacionados con la protección de datos personales, con el fin de garantizar el cumplimiento del Reglamento general de protección de datos (RGPD). También aborda la lucha contra la corrupción, de acuerdo con la ley Sapin II.

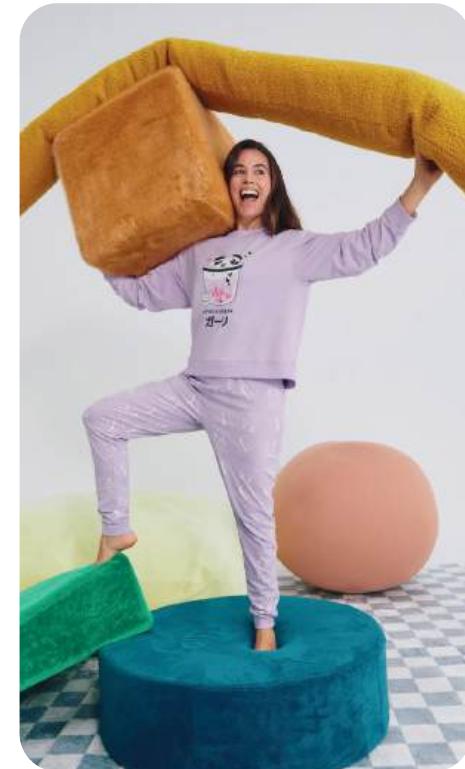
Este servicio también apoya las actividades relacionadas con el cumplimiento y el deber de vigilancia en lo que respecta a los derechos humanos y la protección del medioambiente.

Nuestro enfoque sobre las cuestiones éticas se basa en **tres elementos:**

- **Formar a los equipos sobre** los desafíos desde el punto de vista ético.
- **Cumplir las leyes y reglamentos** de manera estricta.
- **Establecer procesos efectivos** para integrar las prácticas éticas en todas las organizaciones y procesos de KIABI.

### Formar a los empleados

Guiados por el comité de ética y cumplimiento, junto con los equipos de recursos humanos, concienciamos



a los empleados para que actúen con transparencia e integridad, de acuerdo con las leyes y regulaciones aplicables. También los formamos para que actúen de manera voluntaria, segura y responsable ante los problemas relacionados con la igualdad entre mujeres y hombres, el medioambiente, la empresa y todas nuestras partes interesadas. Apoyamos especialmente a los responsables de compras directas e indirectas, que deben progresar a escala internacional junto con diferentes proveedores. Asimismo, ayudamos a los equipos de desarrollo a identificar los riesgos asociados con la apertura de nuevos puntos de contacto. En 2023 se organizaron tres comités éticos.

## Garantizar el cumplimiento de leyes y reglamentos

De conformidad con el **RGPD**, garantizamos la protección de los datos personales. Para conseguirlo, estamos organizados en torno a cuatro áreas clave:

- Movilizar a los equipos pertinentes.
- Supervisar el cumplimiento de procedimientos y prácticas.
- Garantizar el respeto de los derechos de los clientes y empleados.
- Mantener la información legal actualizada.

Con respecto a la **ley Sapin II**, nos basamos en las recomendaciones de la Agencia Francesa Anticorrupción (AFAC) para definir un programa anticorrupción basado en ocho pilares:

- La redacción de un código de conducta anticorrupción.
- El establecimiento de un sistema interno de denuncia.
- El análisis y la identificación de los riesgos de corrupción.
- La evaluación por parte de terceros.
- La implantación de controles contables.
- Acciones para prevenir la corrupción.
- La aplicación de un régimen disciplinario.
- La evaluación de los resultados del sistema anticorrupción.

El código de conducta anticorrupción está respaldado por la normativa interna de KIABI en Francia para aplicar los regímenes disciplinarios

vigentes. Por lo tanto, todos los empleados franceses pueden consultarla.

Nuestro dispositivo de **alertas internas y externas** está disponible en trece idiomas, incluidos los idiomas de nuestras áreas de producción, con el fin de facilitar la denuncia de irregularidades. Está activo y ha sido reconocido externamente. Esta herramienta sirve como complemento de un conjunto de canales de alerta y agrupa tanto a la gestión local como a los interlocutores sociales.

## La gobernanza ética

El reto consiste en integrar las prácticas éticas en todos los niveles de KIABI y conseguir que sean **una responsabilidad para todos nuestros empleados**. Con este fin, un comité de ética y cumplimiento se reúne varias veces al año para coordinar las estrategias éticas y explicar las iniciativas que deben llevarse a cabo sobre estos temas. Este comité está formado por el presidente de KIABI, su director general, un consejero especializado en cumplimiento, su director de recursos humanos, el director financiero, el delegado de protección de datos y el responsable de ética empresarial de KIABI.

A partir de 2024, las cuestiones éticas y de cumplimiento se integrarán en el comité de finanzas para reforzar nuestro enfoque de triple capital y darle a estas cuestiones la misma importancia que a las cuestiones financieras», afirma Gregory Bouquet, responsable de finanzas corporativas de KIABI.



## El deber de vigilancia

El deber de vigilancia se basa en **un análisis de riesgos, realizado en las plantas de producción de nuestros proveedores**. Este análisis se basa en los temas sociales y medioambientales de la tabla que utilizamos para las auditorías: trabajo infantil, trabajo forzoso, discriminación, prácticas disciplinarias, salud y seguridad, libertad de asociación, horas de trabajo, salarios y prestaciones, medioambiente, normas éticas. Analizamos los riesgos relacionados con estos temas, país por país, proveedor por proveedor, de acuerdo con los resultados de todas las auditorías realizadas en 2023.

Los principales riesgos que nos encontramos, y en los que ya estamos trabajando, son el exceso de horas de trabajo, los problemas de salud y seguridad en los edificios, así como la aplicación de las normas éticas en las fábricas. De forma mensual y anual, el responsable de cumplimiento medioambiental y social en Asia comparte estos puntos de vigilancia con los responsables de compras de los países y sus equipos para la puesta en marcha de planes de acción operativos, así como con los responsables de cumplimiento, RSC y auditoría interna.

En 2023, los planes de acción se centraron en:

**Exceso de horas de trabajo:** los equipos de compras, comercialización, capacidad y cumplimiento están trabajando juntos para comprender la causa raíz de este exceso de horas de trabajo en las plantas en

las que se ha detectado y están buscando formas de mitigar el riesgo, tales como:

- Estamos trabajando en la oferta de productos permanentes, lo que nos permite dar visibilidad a largo plazo a nuestros proveedores para suavizar los flujos de pedidos y evitar así picos de producción.
- Los equipos encargados de planificar las capacidades de producción están analizando la posibilidad de recurrir a un doble sourcing para suavizar la carga de trabajo de los proveedores.
- Estos mismos equipos deben alertar de cualquier posible situación de sobrecarga.

**Salud y seguridad:** la mayoría de los problemas identificados están relacionados con la seguridad eléctrica y contra incendios, así como con equipos de protección individual incompletos.

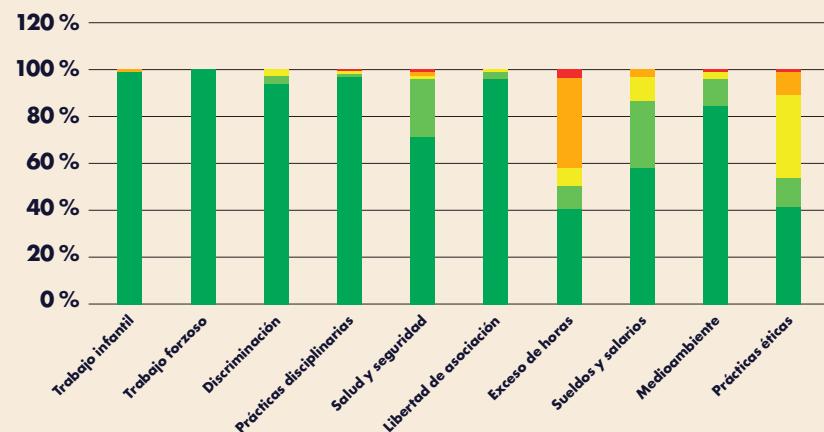
→ El equipo de cumplimiento recuerda constantemente a los proveedores y a las fábricas estos aspectos, que se pueden pasar por alto en las fábricas, especialmente durante los períodos de máxima producción. Se requiere que tanto los proveedores como el personal de las fábricas realicen un curso y una autoevaluación constante sobre estas materias.

**Normas éticas:** exigimos a los proveedores que compartan el código de conducta de KIABI no solo con sus fábricas de nivel 1, sino también con las de nivel 2 y 3. Los proveedores están obligados a realizar una auditoría interna en las fábricas y mantener un registro del análisis de riesgos relacionado con la ética empresarial.

Cabe señalar que una calificación de riesgo E se sancionará con el cese de la colaboración con el proveedor, si no se procede a subsanar los fallos encontrados en un plazo de seis meses.

### Análisis de riesgos sociales por temática

Informe 2023 para las fábricas de los proveedores de **nivel 1**



**Prácticas disciplinarias:** hemos observado una gestión agresiva y abusiva en una fábrica de nivel 1 en Bangladesh. Una auditoría de control ha confirmado la mejora de las prácticas.

**Salud y seguridad:** cuando se trata de un problema relacionado con el riesgo de incendio en las instalaciones eléctricas o el edificio, el incumplimiento conlleva la calificación E. Siete plantas de nivel 1 se vieron afectadas en 2023, con dos de ellas pusimos fin a nuestra relación y las otras cinco mejoraron en este ámbito.

**Exceso de horas de trabajo:** 286 auditorías en las fábricas de nivel 1 afectadas. Se pusieron en práctica los planes de acción antes mencionados.

TABLA DE CONFORMIDAD	A	B	C	D	E
NOTA FINAL	Excepcional	Bien	Satisfactoria	Insuficiente	Inaceptable
	≥ 95 % Sin ZTV Sin puntos críticos	≥ 90 % Sin ZTV Sin puntos críticos	≥ 85 % Sin ZTV Puntos críticos <=1	≥ 80 % Sin ZTV Puntos críticos <=2	≥ 80 % y/o ZTV y/o puntos críticos >2

**2**

**Desafíos éticos y de cumplimiento**

**Desafíos y estrategia**    **Actuar en favor del medioambiente**    **Compromiso social con todas las personas**    **Gobernanza y creación de valor**    **Anexos**    **Metodología y definiciones**

## Controlar el riesgo informático

La seguridad de nuestros sistemas informáticos es vital para el correcto funcionamiento de las actividades de KIABI. También es esencial para poder cumplir con nuestras responsabilidades contractuales y legales (RGPD, NIS2, etc.), con las certificaciones (EOA) y estándares (PCI-DSS) que nos son aplicables. En los últimos dos años, el riesgo informático se ha convertido en una preocupación importante que incluye la supervisión de los equipos de ética y cumplimiento, así como de los equipos informáticos.

«Hace unos años la seguridad informática consistía en cubrir un perímetro privado, el teletrabajo, las nubes, la multiplicidad de herramientas (ordenador, teléfono, etc.), mientras que ahora nos obligan a asegurar cada uno de estos elementos de forma individual», explica **Jean-Luc Vandendriessche**, responsable de la seguridad de los sistemas informáticos de KIABI.

Nuestra estrategia consiste en detectar los principales riesgos en seguridad informática y encontrar soluciones que nos protejan de estos riesgos. Hemos identificado tres riesgos principales: el impacto causado por un acto malintencionado; los riesgos relacionados con la complejidad del sistema y la dificultad de restaurar nuestros servicios, y la filtración de datos.

En consecuencia, los equipos han definido **cuatro áreas de trabajo** para hacer frente a estos desafíos y garantizar la seguridad informática de KIABI:

- Redactar un plan de reanudación de la actividad en caso de ataque.
- Crear copias de seguridad resistentes.

→ Elaborar una estrategia para detectar y responder a comportamientos maliciosos.

→ Profesionalizar al equipo operativo.

En 2023, reforzamos el equipo a cargo de estos temas con la contratación de tres empleados cuya función es detectar las vulnerabilidades en materia de seguridad informática y solucionarlas. «También tenemos que lograr movilizar a los equipos internamente» señala Jean-Luc Vandendriessche. «Estamos trabajando en la implantación de referentes de seguridad en los equipos para que todos puedan asumir su responsabilidad en la materia. La formación de los empleados también es esencial, desde el proceso de incorporación. La seguridad informática es asunto de todos». Con el objetivo de mejorar y responder a las exigencias de manera continua, los equipos también trabajaron en 2023 en la definición de indicadores. De este modo, un primer indicador permite evaluar y mejorar el **índice de cumplimiento de seguridad informática** de KIABI. Fue la agencia de calificación Bitsight la encargada de definir este indicador, que fue del **84 %** en 2023.

**Desafíos que debemos superar**

- Crear puntos de contacto en TI en los equipos y a escala local, y proporcionarles las herramientas necesarias para organizar la seguridad informática.
- Continuar el trabajo de definición de indicadores para impulsar nuestras estrategias de seguridad informática.
- Seguir trabajando en nuestro plan de reanudación de la actividad para optimizar el tiempo necesario para retomar el trabajo.

**Objetivos**

Índice de cumplimiento en seguridad informática:

75 %	84 %	91 %
2022	2023	2026



## 3. Actuar para y con nuestros clientes

**Para KIABI, los clientes son una parte interesada clave en la cadena de valor. Por lo tanto, nuestro rendimiento se debe en parte a la capacidad de ofrecer productos que satisfagan sus necesidades y las de la sociedad, de acuerdo con sus intereses. Por este motivo, medimos nuestra capacidad para satisfacer las expectativas de los clientes e integrarlas en el proceso de desarrollo de su experiencia durante el recorrido que hacen por KIABI.**

### Mejora del NPS

El **Net Promoter Score (NPS)** es un indicador para medir la experiencia del cliente, que permite establecer un rendimiento basado en una puntuación. El NPS incluye la proporción de clientes que recomiendan la marca y la proporción de clientes a los que no les gusta. En 2023, el NPS de KIABI en todos los países se situó en 70, dos puntos más que el año anterior. Concretamente, es la parte del NPS relacionada con la tienda la que está incrementando la puntuación, principalmente gracias a las mejoras técnicas (experiencia «wifi» opcional superada, retos regionales y tiendas para impulsar el «Instore», mejora de la experiencia del cliente, etc.) y a la gestión de las cuestiones más molestas por parte del comité de clientes. El NPS

de KIABI es dos puntos más alto que el NPS general de otros miembros del sector\*

\*Benchmark realizado con KIABI, JULES, GEMO, PIMKIE, COURIR, ERAM, BIZZBEE.

### Garantizar la calidad de nuestros productos

Nuestro **departamento de calidad** trabaja en un área que va desde la recepción de pedidos en almacenes en Europa hasta el análisis de todos los comentarios de los clientes. En todos los países en los que estamos presentes, además de en los

canales web o en las tiendas, analizamos los datos sobre tasas de devolución. También estudiamos de manera pormenorizada los comentarios de nuestros clientes en el sitio web de KIABI. Internamente, hemos creado una **comunidad de Yammer**, que permite a 1900 empleados denunciar problemas de calidad, principalmente de las tiendas.

Todos estos informes dan lugar a una media de 250 investigaciones y controles por temporada.

En 2023, la tasa de devolución de KIABI fue del 3,09 %:

→ 2/3 de las devoluciones se deben a decisiones del cliente que no tienen nada que ver con la talla o la calidad del producto.

→ Una parte de las devoluciones está relacionada con el tallaje de los productos. La ropa devuelta se vuelve a colocar en los estantes.

→ Otra parte de las devoluciones se debe a problemas de calidad en productos defectuosos (problemas de lavado, accesorios rotos, agujeros, etc.). Los productos devueltos por problemas de calidad no se pueden volver a poner en venta. La tasa de devolución de productos defectuosos en 2023 fue del 0,07 %.

Con un espíritu de mejora continua, trabajamos para que los equipos involucrados, pero también los proveedores, unan sus fuerzas para proponer acciones correctivas a estos problemas de calidad.

### Un comité de clientes para tratar las cuestiones más molestas

En 2023, creamos **un comité de clientes para identificar y abordar las cuestiones más molestas identificadas por nuestros clientes en su experiencia con KIABI**. Fruto de una necesidad mutua del departamento de estudios y del departamento de relación con el cliente, este comité permitió identificar en 2023 tres de las cuestiones más molestas para el cliente:

→ La espera en la caja.  
→ Las devoluciones de productos (web y tiendas).

→ El tallaje.

En relación con cada uno de estos temas, nos hemos estado reuniendo con los equipos y expertos implicados a lo largo del año, con el fin de hacer un balance de la situación y dar respuestas. Así, hemos podido, por ejemplo, reducir en dos puntos los problemas con el tallaje entre 2022 y 2023. En 2024 tendremos que trabajar en otras tres temáticas que causan molestias a nuestros clientes.



## Mantener la accesibilidad

La noción de accesibilidad ha formado parte del ADN de KIABI desde 1978 y así seguirá siendo.

«Cuando hablamos de accesibilidad, no solo nos referimos al precio, sino a la asociación entre valor y precio. Queremos garantizar un precio asequible para cada producto sin comprometer la calidad, el estilo o la durabilidad», indica **Émilie Gallard**, responsable de la comercialización de la oferta de KIABI. Ofrecemos precios bajos durante todo el año («every day low price»). La asociación de valor producto/precio se basa

en la percepción de nuestros clientes. Existen diferentes niveles para satisfacer todas las necesidades, que van desde los primeros precios en respuesta a necesidades esenciales, hasta gamas que ofrecen más valor añadido (estilo, innovación, características más detalladas) como complemento.

**En 2023, luchamos por seguir ofreciendo la mejor respuesta en términos de accesibilidad en cuanto al precio**, a la vez que incluimos elementos de valor como la satisfacción del cliente o el impacto medioambiental. Además, estamos trabajando para que nuestros productos sean accesibles para todos, a través de colecciones inclusivas (véase la página 43).

## → Desafíos que debemos superar

- Seguir ofreciendo la mejor relación calidad-precio-estilo en un contexto internacional disruptivo.
- Conciliar la accesibilidad de nuestros precios con un aumento del valor medioambiental y social de los productos.
- Prolongar la durabilidad física y emocional de nuestros modelos, por ejemplo, ofreciendo productos con cortes y colores más atemporales.

## 4. Crear vínculos con las regiones

**Como agente económico, contribuimos a la creación de empleo y valor económico y financiero en las regiones. Buscamos ir más allá participando en los desafíos sociales y medioambientales de los ecosistemas locales.**



### Atender las necesidades locales

Además de los proyectos llevados a cabo por los Petits Magasins (véase la página 45) para ayudar a las regiones, deseamos transformar gradualmente nuestras propias tiendas en verdaderos **espacios de vida e intercambio para los agentes locales**. El desafío también consiste en tener en cuenta las expectativas de las regiones en cuanto a la puesta en marcha de nuestros distintos proyectos.

En el marco de la construcción de nuestra nueva sede, **KIABI Village**, en Villeneuve d'Ascq (Hauts-de-France), nos reunimos con los habitantes del distrito y las ciudades afectadas por el proyecto, con el fin de escuchar sus preocupaciones e integrarlas en la implantación del proyecto. Gracias a estas reuniones, hemos podido identificar temas importantes para los habitantes, como, por ejemplo, la organización o la oferta de restauración.

### Un fondo de dotación para actuar

Desde 2021, el **fondo de dotación KIABI** apoya a sus empleados en el desarrollo de proyectos con un impacto social positivo a través del empleo, la

educación y la solidaridad. El fondo KIABI LIFE, que permite a los empleados forjar vínculos duraderos con los agentes locales, está en línea con los valores y el significado de la empresa.

KIABI LIFE actúa:

- En materia de empleo, creando las condiciones para promover la inclusión profesional de las personas que se encuentran más alejadas del empleo o en una situación de precariedad.
- En materia de educación, promoviendo la inclusión a través del acceso a la educación para todos.
- En materia de solidaridad, previniendo los problemas que surgen en la vida (enfermedades, discapacidad, pobreza, aislamiento, etc.), asistiendo y creando lazos sociales.

El fondo KIABI LIFE, creado para todos los empleados de KIABI, apoya a todos los países que desean llevar a cabo un proyecto social. Además, también llevamos a cabo acciones solidarias ad hoc en favor de los agentes locales: en noviembre de 2023, **con motivo del Good Friday, que organizamos por cuarto año consecutivo**, pudimos recaudar fondos para varias asociaciones internacionales, como **SOS Villages d'Enfants** en Bélgica, la asociación portuguesa **Amigo com Cancro, Les Restos du Coeur** y **Médecins sans Frontière** en Francia, **Medici senza Frontiere** en Italia y **Down** en España.

## 5. Actuar en un ecosistema abierto

**Para poder abordar nuevos problemas medioambientales o sociales y transformar los modelos para adaptarnos, es necesario que KIABI muestre una actitud abierta ante su ecosistema y las partes interesadas.**

**Solo podremos proponer soluciones que ayudarán a toda la industria de la moda y cooperar con todos sus agentes si buscamos juntos las respuestas a estas cuestiones.**

### Partes interesadas:

- **Kiabers comprometidos** con una moda accesible a todos los presupuestos, estilos, edades, morfologías, etc. Medimos su grado de satisfacción mediante una encuesta anual anónima (Great Place to Work).
- **Proveedores asociados** a quienes apoyamos y con quienes trabajamos por una mayor responsabilidad social y medioambiental.
- **Clientes** que nos guían compartiendo con nosotros sus expectativas. Tenemos en cuenta su satisfacción y sus sugerencias a través del NPS, así como los comentarios en redes sociales.
- **Socios afiliados y franquiciados** en todo el mundo, a los que apoyamos en la apertura

de tiendas, en la formación de los equipos y los directivos, y a los que implicamos en la planificación estratégica.

→ **Proveedores de servicios** (obras, formación, informática, recepción, etc.) con quienes establecemos alianzas.

→ **Asociaciones / ONG** que apoyamos con nuestro fondo de dotación, el proyecto Petits Magasins y acciones solidarias en todos nuestros países.

→ **Medios de comunicación** con los que estamos encantados de interactuar de forma pragmática, transparente y sincera.

→ **Accionistas empleados y familiares**, que son nuestros recursos y controlan y aseguran las inversiones para seguir siendo una empresa resiliente y sostenible.

### Nuestras colaboraciones:

#### ACTS AND FACTS

[actsandfacts.org](http://actsandfacts.org)

Un movimiento de mujeres, hombres y empresas que trabajan juntos para tomar medidas concretas que aceleren la transición ecológica. KIABI es miembro desde 2019 y participa en grupos de trabajo sobre el ecodiseño de los productos, la concienciación de los empleados sobre cuestiones medioambientales y el reciclaje de artículos textiles al final de su vida útil.

#### AMFORI

[amfori.org](http://amfori.org)

KIABI se unió a Amfori en 2018. Compartimos los valores y la misión de Amfori, que cree que hoy, además del aspecto económico, es importante que tengamos en cuenta a las personas y al planeta en nuestras acciones. Nos comprometemos conjuntamente a mejorar el uso de los recursos naturales y a mantener relaciones comerciales abiertas.

#### BETTER COTTON INITIATIVE

[bettercotton.org](http://bettercotton.org)

Es una organización global sin ánimo de lucro cuyo objetivo es formar a los productores de algodón sobre prácticas agrícolas más sostenibles, con el fin de mejorar su calidad de vida y reducir el impacto en el medioambiente. Este apoyo tiene como objetivo informar a los agricultores sobre las condiciones que cumplen con los derechos de los trabajadores, enseñarles cómo usar el agua de manera eficiente, cómo cuidar los suelos y los hábitats naturales y cómo reducir el uso de los productos químicos más dañinos en el cultivo del algodón. KIABI ha estado apoyando la Better Cotton Initiative desde 2019.

#### CETIA

[cetia.tech](http://cetia.tech)

CETIA, de la que somos miembros desde principios de 2022, desarrolla soluciones para transformar los artículos de tela y cuero en una fuente de material para reciclar. A través de la automatización, la robótica y la inteligencia artificial, creamos sistemas de alto rendimiento para hacer competitivas las operaciones de reciclaje. Apoyamos a comercializadores, recolectores y recicladores en el diseño e implantación de soluciones innovadoras para dar vida a sus proyectos de recuperación de los depósitos de artículos textiles y de cuero.

#### CITEO

[citeo.com](http://citeo.com)

Citeo es una empresa con un propósito social creada por compañías del sector de los bienes de consumo y distribución para reducir el impacto medioambiental de sus envases y papeles, ofreciéndoles soluciones para la reducción, reutilización, clasificación y reciclaje.

#### LA FÉDÉRATION DE LA MODE CIRCULAIRE

[federationmodecirculaire.fr](http://federationmodecirculaire.fr)

Representa a 180 miembros de la industria de la moda circular y del sector del reciclaje textil.

#### ICS

(INITIATIVE CLAUSE SOCIALE)

[ics-asso.org](http://ics-asso.org)

ICS es una iniciativa internacional que tiene como objetivo mejorar las condiciones de trabajo en toda la cadena de suministro para sus miembros distribuidores y marcas. Nos unimos a esta iniciativa

Desafíos y estrategia	Actuar en favor del medioambiente	Compromiso social con todas las personas	Gobernanza y creación de valor	Anexos	Metodología y definiciones
<p>5</p> <p><b>Actuar en un ecosistema abierto</b></p> <p>en diciembre de 2021 para colaborar en la creación de herramientas comunes y compartir las auditorías realizadas en nuestras fábricas. De esta manera, contribuimos a reducir la fatiga en las auditorías de proveedores, compartimos nuestros conocimientos y mejores prácticas y creamos conjuntamente la trazabilidad de nuestros suministros.</p> <p><b>OIT (ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO)</b> <a href="http://ilo.org">ilo.org</a></p> <p>La crisis del COVID-19 ha provocado graves problemas económicos en toda la industria de la confección. El llamamiento de la OIT, organización vinculada a la Organización de las Naciones Unidas, tiene como objetivo proteger los ingresos, la salud y el empleo de los trabajadores del sector durante este período.</p> <p>Esta acción global también nos invita a avanzar hacia un sistema de protección social sostenible para una industria de la moda más justa y resiliente, lo que sigue la misma línea que la visión de KIABI.</p> <p><b>ORGANIC COTTON ACCELERATOR</b> <a href="http://organiccottonaccelerator.org">organiccottonaccelerator.org</a></p> <p>OCA une al sector textil para liberar el potencial del algodón orgánico y generar un cambio positivo para las personas y el planeta. OCA cree que, si trabajamos juntos, es posible crear las condiciones para el desarrollo del algodón orgánico. Cada dólar invertido en su programa mejora la prosperidad de los agricultores, contribuye a la sostenibilidad y, en última instancia, fortalece al sector algodonero en general.</p> <p>OCA apoya a los agricultores porque son los catalizadores de este cambio, los protectores de la</p>	<p>tierra. Si apoyamos a los agricultores, fortalecemos el sector algodonero y protegemos el planeta. KIABI se unió a OCA en 2021.</p> <p><b>ORSE</b> <a href="http://orse.org">orse.org</a></p> <p>El Observatoire de la Responsabilité Sociétale des Entreprises es una organización que integra a las distintas partes interesadas y que respalda las estrategias de RSC de las empresas.</p> <p><b>PARIS GOOD FASHION</b> <a href="http://parisgoodfashion.fr">parisgoodfashion.fr</a></p> <p>Una asociación que tiene como objetivo convertir París en la capital de la moda más responsable para 2024, año en el que se celebran los Juegos Olímpicos. Creada en 2019 por iniciativa del Ayuntamiento de París, Paris Good Fashion reúne a más de un centenar de agentes (grandes grupos, distribuidores, ONG, federaciones, startups, etc.) en torno a un objetivo común: acelerar la transición medioambiental y social del sector. A diario, KIABI se esfuerza para mejorar y transformar las prácticas del sector a través de su participación en los grupos de trabajo desde finales de 2021.</p> <p><b>REFASHION</b> <a href="http://refashion.fr">refashion.fr</a></p> <p>Organización ecológica del sector textil, de la confección de la ropa de hogar y el calzado. Garantiza, en nombre de más de 5000 empresas, la prevención y la gestión del final de la vida útil de los productos comercializados. Como parte integrante del sector textil, de la confección, la ropa de hogar y el calzado, Re_fashion ofrece herramientas, servicios y datos que facilitan y aceleran la transformación hacia la economía circular.</p>	<p>KIABI es miembro de Refashion desde hace más de 10 años y accionista desde hace 3. Por lo tanto, participamos en el consejo de administración, pero también en grupos de trabajo en los que colaboran varias empresas, como los comités de nomenclatura, ecomodulación y comunicación.</p> <p><b>REFOREST'ACTION</b> <a href="http://reforestaction.com">reforestaction.com</a></p> <p>Reforest'Action apoya a las empresas en la transformación de su modelo de negocio en modelos de vida regenerativos. Reforest'Action actúa sobre tres palancas: el desarrollo de proyectos sobre el carbono, el fomento de la agricultura regenerativa y la investigación e innovación para reducir el impacto.</p> <p><b>TEXTILE EXCHANGE</b> <a href="http://textileexchange.org">textileexchange.org</a></p> <p>Es una organización sin ánimo de lucro que genera un impacto positivo en el cambio climático para la industria textil y de la confección. Apoya a una</p>	<p>creciente comunidad de marcas, fabricantes y agricultores para lograr una producción rediseñada desde el principio de la cadena de suministro.</p> <p>Para 2030, el objetivo es lograr que la industria reduzca sus emisiones de gases de efecto invernadero en un 45 % en la producción de fibras. Su enfoque es integral y coordinado, con el fin de acelerar la adopción de prácticas agrícolas que mejoren el estado de las aguas, la protección del suelo y la biodiversidad. Para que el cambio sea real, todo el mundo necesita saber con claridad cuál es el camino hacia un impacto positivo.</p> <p>Por ese motivo, Textile Exchange cree que una estrategia accesible de mejora continua, junto con acciones colectivas, puede transformar el modelo para que los materiales y fibras más sostenibles se conviertan en una opción esencial. Para ello, debe movilizarse a los líderes de la industria a través de objetivos alcanzables, soluciones concretas y una comunidad motivada.</p>	<p>→ <b>Medios de comunicación</b> con los que estamos encantados de interactuar de forma pragmática, transparente y sincera. Desde 2019, les ofrecemos una conferencia de prensa anual en Francia y respondemos a sus solicitudes ocasionales.</p> <p>→ <b>Asociaciones / ONG</b> que apoyamos con nuestro fondo de dotación, el proyecto Petits Magasins y acciones solidarias en todos nuestros países. KIABI es miembro de la Fair Trade Association, que, desde 2018, tiene un acuerdo firmado con las iniciativas Business Social Compliance Initiative/ Business Environmental Performance Initiative.</p> <p>Apoyamos muchas asociaciones, en particular a través de nuestro fondo de dotación, como la Liga contra el Cáncer, la Agence du Don en Nature, Humana Italia, la Cruz Roja, etc. Trabajamos en colaboración con asociaciones de inserción profesional en el marco del desarrollo de las tiendas solidarias «Le Petit Magasin».</p>	<p><b>5</b></p>



# Anexos

1

## Desglose de los indicadores de 2018 a 2023

- Actuar en favor del medioambiente
- Apoyar a los Kiabers
- Moda inclusiva
- Gobernanza y creación de valor
- Trabajar con ética

2

## Desglose de los convenios colectivos por país

- Francia
- España
- Italia
- Bélgica
- Portugal

05

# 1. Actuar en favor del medioambiente

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Cambio climático</b>						
Emissions de carbono en millones de toneladas de CO <sub>2</sub> eq - Alcance 1/2/3	2,8		2,686	2,436	2,082	
Base de 2022 recalculada con cambios metodológicos					2,211	
% de reducción en las emisiones de CO <sub>2</sub> equivalente en valor absoluto respecto a los valores de 2022 recalculados					-5,8 %	
Intensidad de carbono por kg de producto comprado en kg de CO <sub>2</sub> eq				42,76	41,32	
Intensidad de carbono por producto vendido en kg de CO <sub>2</sub> eq	9,3		8,8	7,7	7,1	
% de reducción de la intensidad de carbono por producto vendido en comparación con 2018			-5 %	-17 %	-24 %	
<b>Consumo de agua</b>	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Consumo de agua de nuestras propias instalaciones en m <sup>3</sup>					98 975	
<b>Ecodiseño de los productos</b>	2018	2019	2020	2021	2022	2023
% de oferta ecodiseñada, salvo artículos exclu web, calzado y accesorios (en unidades)	19 %	34 %	66 %	74 %	75 %	
% de la cantidad de productos textiles adquiridos en el nivel de ecodiseño 1 (materias primas con un impacto medioambiental reducido)				72 %	73 %	
% de la cantidad de productos textiles adquiridos en el nivel de ecodiseño 2 (procesos de fabricación con un impacto medioambiental reducido)				6,0 %		
% de la cantidad de productos textiles adquiridos en el nivel de ecodiseño 3 (fabricados en una fábrica de nivel 1 que cumpla nuestros criterios de «green manufacturing assessment»)				6,4 %		
<b>% de la cantidad de productos textiles adquiridos en el nivel 1+2 de ecodiseño</b>				6,0 %		
<b>% de la cantidad de productos textiles adquiridos en el nivel 1+2+3 de ecodiseño</b>				0,0 %		
<b>Desglose de los materiales utilizados (en tonelaje de productos terminados)</b>						
- Algodón orgánico				6,7 %	7,6 %	
- Algodón BCI*				41,7 %	31,3 %	
- Algodón en conversión				0,8 %	2,4 %	
- Algodón reciclado				1,3 %	2,4 %	
- Algodón convencional				14,4 %	15,2 %	
- Lino, cáñamo...				0,3 %	0,4 %	
- Lana				0,3 %	0,3 %	

\*El algodón BCI representa 15 976 toneladas de productos terminados (excluidos los desechos de producción, es decir, una estimación de 27 160 toneladas, incluidos los desechos de producción).

**Desafíos y estrategia****Actuar en favor del medioambiente****Compromiso social con todas las personas****Gobernanza y creación de valor****Anexos****Metodología y definiciones**

- Poliéster reciclado					3,8 %	7,8 %
- Poliéster					16,4 %	16,6 %
- Material celulósico con impacto medioambiental reducido (Ecovero, Lyocell, Tencel, etc.)					0,3 %	2,1 %
- Material celulósico convencional					4,7 %	3,5 %
- Otros materiales sintéticos reciclados (poliéster, poliamida, acrílico)					0,0 %	0,3 %
- Otros materiales sintéticos convencionales					5,9 %	6,2 %
- Otros					3,4 %	3,9 %
<b>Distribución de las fibras utilizadas (en tonelaje de productos terminados)</b>						
- Materiales naturales					65,5 %	65,5 %
- Materiales sintéticos					29,5 %	28,9 %
- Materiales celulósicos					5,0 %	5,6 %
<b>% de material reciclado (en tonelaje de productos terminados)</b>						<b>5,2 %</b> <b>10,5 %</b>
<b>% de productos textiles monocomponentes</b>		<b>45 %</b>	<b>46 %</b>	<b>48 %</b>	<b>51 %</b>	<b>47 %</b> <b>47 %</b>
<b>Circularidad</b>		<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b> <b>2023</b>
% de productos de segunda mano de la totalidad de artículos vendidos						0,2 % 0,5 %
<b>Fin de la vida útil</b>		<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b> <b>2023</b>
Toneladas de artículos textiles y zapatos recogidos		38	112	119	180	388 477
% de toneladas de artículos textiles y calzado recogidas de las toneladas comercializadas en N-2						0,9 %
<b>Origen de los productos</b>		<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b> <b>2023</b>
<b>% de las cantidades enviadas por país de producción</b>						
- Bangladesh		34 %	37 %	39 %	41 %	42 % 42 %
- China		29 %	26 %	26 %	28 %	23 % 20 %
- India		18 %	16 %	13 %	12 %	12 % 15 %
- Camboya		8 %	7 %	6 %	6 %	6 % 7 %
- Pakistán		2 %	3 %	4 %	5 %	4 % 3 %
- Myanmar		3 %	6 %	6 %	2 %	7 % 6 %
- Indonesia		3 %	2 %	2 %	3 %	3 % 1 %

Desafíos y estrategia	Actuar en favor del medioambiente	Compromiso social con todas las personas	Gobernanza y creación de valor	Anexos	Metodología y definiciones
- Vietnam		2 %	1 %	1 %	1 %
- Turquía		1 %	1 %	2 %	3 %
- Egipto		0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
- Etiopía		0,0 %	0,1 %	0,1 %	0,0 %
- Sri Lanka		0,0 %	0,1 %	0,3 %	0,2 %
- Marruecos		0,0 %	0,0 %	0,3 %	0,1 %
<b>% de grandes importaciones</b>		95 %	95 %	96 %	96 %
<b>% de importadores</b>		5 %	5 %	4 %	4 %
<b>Transporte</b>					
<b>Transporte a los almacenes</b>					
• Salida del país de origen					
Marítimo		93 %	92 %	87 %	90 %
Aéreo (incluido marítimo y aéreo)		5 %	5 %	10 %	6 %
Ferroviario		1 %	1 %	1 %	1 %
Por carretera		1 %	2 %	2 %	4 %
• Llegada a Europa					
Por carretera		82 %	72 %	65 %	89 %
Multimodal (tren + barcaza)		18 %	28 %	35 %	11 %
<b>Transporte a las tiendas</b>					
Por carretera					92 %
Marítimo					7 %
Aéreo (incluido marítimo y aéreo)					0 %
					91 %
					9 %

1

Datos de los indicadores de 2018 a 2023

## 2. Apoyar a los Kiabers

Personal	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Datos consolidados del grupo</b>	<b>10 315</b>	<b>10 052</b>	<b>9052</b>	<b>9107</b>	<b>9536</b>	<b>9049</b>
<b>Personal detallado por país</b>	<b>10 315</b>	<b>10 052</b>	<b>9052</b>	<b>9107</b>	<b>9536</b>	<b>9049</b>
- Territorio Francia	6426	6508	6204	6206	6770	6381
- España	1532	1513	1262	1255	1372	1265
- Italia	609	579	533	616	690	676
- Portugal	53	99	67	98	97	133
- Bélgica	208	303	246	294	308	305
- Asia	572	306	298	301	299	289
- Rusia	816	653	545	517	-	-
- Brasil	99	91	-	-	-	-
- % gestión				18 %	16 %	17 %
- % empleados				82 %	84 %	83 %
- % hombres				18 %	18 %	19 %
- % mujeres				82 %	82 %	81 %
- % tiempo completo				54 %	54 %	56 %
- % tiempo parcial				46 %	46 %	44 %
- % edad < 30 años				41 %	43 %	39 %
- % edad 30-50 años				47 %	45 %	48 %
- % edad >50 años				12 %	12 %	13 %
- % contrato temporal				19 %	25 %	20 %
- % contrato indefinido				81 %	75 %	80 %

Satisfacción Kiabers (Trust index de Great Place to Work)	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Datos consolidados del grupo</b>				<b>73 %</b>	<b>74 %</b>	<b>74 %</b>
- Territorio Francia				71 %	72 %	72 %
- España				79 %	78 %	75 %
- Italia				77 %	79 %	80 %

- Portugal		89 %	87 %	85 %
- Bélgica		82 %	82 %	86 %
- Asia		81 %	78 %	79 %
- Rusia		76 %		

Rotación	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Datos consolidados del grupo</b>				<b>9,7 %</b>	<b>18,4 %</b>	<b>19,2 %</b>
- Territorio Francia	16 %	18,0 %	10,6 %	14,4 %	18,9 %	14,6 %
- España		10,0 %	3,1 %	15,4 %	19,7 %	45,5 %
- Italia		9,0 %	6,8 %	5,9 %	6,6 %	14,0 %
- Portugal		97,8 %	42,6 %	56,1 %	21,9 %	17,2 %
- Bélgica			8,0 %	18,5 %	23,0 %	19,6 %
- Rusia			26,7 %	45,2 %	0,0 %	
- Asia	0,7 %	0,9 %	0,9 %	33,5 %	12,7 %	

Formación	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>N.º total de horas de formación impartidas</b>				<b>59 757</b>	<b>97 040</b>	<b>90 957</b>
<b>N.º de horas de formación no obligatorias impartidas</b>						<b>72 427</b>
- Territorio Francia						35 139
- España						29 902
- Italia						2 898
- Portugal						306
- Bélgica						2 716
- Asia						1 467
<b>% de Kiabers que han recibido formación para mejorar sus competencias (excluyendo la formación obligatoria)</b>						<b>46,4 %</b>
- Territorio Francia						46,1 %
- España						56,8 %
- Italia						42,1 %
- Portugal						36,4 %
- Bélgica						22,1 %
- Asia						51,8 %

Desafíos y estrategia	Actuar en favor del medioambiente	Compromiso social con todas las personas	Gobernanza y creación de valor	Anexos	Metodología y definiciones	
1	Datos de los indicadores de 2018 a 2023					
<b>N.º de Kiabers que han recibido formación para mejorar sus competencias (excluyendo la formación obligatoria)</b>					<b>7457</b>	
- Territorio Francia					5.322	
- España					1.317	
- Italia					447	
- Portugal					64	
- Bélgica					148	
- Asia					159	
<b>N.º de horas de formación por Kiaber para la mejora de competencias (excluida la formación obligatoria)</b>					<b>4,5</b>	
- Territorio Francia					3,00	
- España					12,90	
- Italia					2,73	
- Portugal					2,00	
- Bélgica					4,10	
- Asia					4,78	
<b>Salud y seguridad de los Kiabers</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>Enfermedades profesionales</b>				<b>0,3 %</b>	<b>0,3 %</b>	<b>0,4 %</b>
- Territorio Francia	0,3 %	0,5 %	0,4 %	0,5 %	0,4 %	0,6 %
- España		0,3 %	0,2 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
- Italia		0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
- Portugal		0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
- Bélgica		0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
- Rusia		0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
- Asia		0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
<b>Absentismo</b>				<b>5,3 %</b>	<b>6,3 %</b>	<b>6,7 %</b>
- Territorio Francia	10 %	5,0 %	5,2 %	5,5 %	5,9 %	6,0 %
- España		5,4 %	6,5 %	6,0 %	9,9 %	10,4 %
- Italia		1,6 %	2,0 %	2,6 %	3,0 %	2,0 %

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
- Portugal			31,8 %	21,9 %	2,9 %	6,3 %
- Bélgica			3,2 %		14,4 %	23,2 %
- Rusia			2,1 %	4,1 %		
- Asia		0,7 %	0,6 %	0,8 %	1,0 %	1,1 %
<b>Índice de frecuencia de accidentes laborales</b>				<b>15,4</b>	<b>23,9</b>	<b>23,3</b>
- Territorio Francia	40,7	22,1	16,0	17,2	26,1	24,7
- España			14,1		19,7	18,0
- Italia			5,2	3,3	7,6	10,9
- Portugal				541,1	15,5	397,7
- Bélgica				4,9	8,7	16,7
- Rusia			-	-	-	-
- Asia			374,6	-	-	-

### 3. Moda inclusiva

Le Petit Magasin: negocio solidario	2018	2019	2020	2021	2022	2023
N.º de aperturas	0	0	3	6	7	7
N.º total de Petits Magasins	1	1	4	10	17	24
<b>N.º total de personas que han entrado en nuestros programas de inserción laboral gracias a los Petits Magasins (cifra acumulada desde 2020)</b>				<b>75</b>	<b>164</b>	<b>273</b>
Piezas de ropa donadas			-	427 740	858 084	-
Horas de formación impartidas por Kiabers a personas de los programas de inserción				1541	2515	3346
N.º de personas en proceso de inserción				36	89	130
N.º de familias beneficiarias				27 632	93 502	185 752
N.º de puestos de trabajo creados (o salidas dinámicas)				4	19	41

Desafíos y estrategia	Actuar en favor del medioambiente	Compromiso social con todas las personas	Gobernanza y creación de valor	Anexos	Metodología y definiciones			
1	Datos de los indicadores de 2018 a 2023							
<b>Fondo de dotación: Kiabi Life</b>			<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Donaciones a asociaciones colaboradoras					106 430	163 508		
Beneficiarios					10 000	16 000		
N.º de Kiabers implicados					6.850	9.000		
<b>Acciones solidarias</b>			<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Euros donados a asociaciones por las entidades del grupo					984 216	500 917		
Euros donados a asociaciones por nuestros clientes					-	751 931		
Árboles plantados en colaboración con Reforest' Action					500 000	683 564		
<b>4. Gobernanza y creación de valor</b>								
<b>Repartición del valor</b>			<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>% de empleados accionistas</b>								<b>64,5 %</b>
- Territorio Francia								77 %
- España								45 %
- Italia								26 %
- Portugal								0 %
- Bélgica								0 %
- Rusia								0 %
- Asia								0 %
<b>Diversidad</b>			<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>% de empleados con capacidades diferentes</b>								<b>2,8 %</b>
- Territorio Francia								3,0 %
- España								4,0 %

	<b>Desafíos y estrategia</b>	<b>Actuar en favor del medioambiente</b>	<b>Compromiso social con todas las personas</b>	<b>Gobernanza y creación de valor</b>	<b>Anexos</b>	<b>Metodología y definiciones</b>		
<b>1</b>								
	- Italia		2,8 %	0,9 %	1,3 %	1,4 %	2,4 %	
	- Portugal		0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,3 %	
	- Bélgica		0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,3 %	0,0 %	
	- Rusia		0,9 %	0,9 %	0,8 %			
	- Asia		0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	
	<b>Igualdad de género</b>		<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
	<b>% de mujeres directivas</b>							<b>36 %</b>
	Índice de igualdad de género (Francia)		93	97	92	98	94	94
	<b>Net Promoter Score de los clientes</b>		<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
	<b>NPS global</b>					<b>67</b>	<b>68</b>	<b>70</b>
	Francia					65	67	69
	España					70	70	69
	Italia					74	73	72
	Bélgica					68	68	71
	Portugal					77	77	78
	<b>Conformidad productos</b>		<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
	Número de productos que han sido objeto de una alerta por parte de los clientes		52	39	48	37	32	
	Número de productos retirados de la venta		20	12	15	1	0	
	Número de productos retirados a petición de nuestros clientes		2	2	1	0	0	
	<b>Transformación del modelo</b>		<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
	<b>% de volumen de negocios sostenible</b>							<b>0,3 %</b>
	<b>Ciberseguridad</b>		<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
	Índice de cumplimiento en ciberseguridad (índice Bitsight)						<b>75 %</b>	<b>84 %</b>

## 5. Trabajar con ética

Proveedores	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Número de proveedores directos contratados (nivel 1)</b>	<b>150</b>	<b>137</b>	<b>138</b>	<b>144</b>	<b>204</b>	<b>195</b>
China	63	60	63	54	54	55
Bangladesh	21	23	22	23	20	21
India	20	15	17	21	18	16
Indonesia	3	1	1	1	1	1
Pakistán	4	5	6	6	5	6
Turquía	4	5	7	17	16	17
Marruecos	5	5	4	4	4	0
Sri Lanka					1	0
Importadores europeos para las tiendas	30	22	18	17	19	21
Importadores europeos para la web					66	58
Fábricas	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Número de fábricas de nivel 1</b>	<b>414</b>	<b>387</b>	<b>405</b>	<b>388</b>	<b>590</b>	
China		103	112	97	97	
Bangladesh		64	61	60	51	
India		42	49	46	40	
Indonesia		1	1	1	1	
Pakistán		7	7	6	8	
Turquía		16	23	33	39	
Marruecos		4	4	4	0	
Importadores europeos para las tiendas		111	106	108	126	
Importadores europeos para la web					187	
Sri Lanka		1	1	1	0	
Etiopía		1	1	0	0	
Vietnam		3	4	3	5	
Camboya		18	17	13	18	

	<b>Desafíos y estrategia</b>	<b>Actuar en favor del medioambiente</b>	<b>Compromiso social con todas las personas</b>	<b>Gobernanza y creación de valor</b>	<b>Anexos</b>	<b>Metodología y definiciones</b>			
<b>1</b>									
	Myanmar			16	19	15	14		
	Otros (Egipto, Tanzania)				1	4			
	<b>Número de fábricas de nivel 2 declaradas</b>			<b>434</b>	<b>519</b>	<b>428</b>	<b>428</b>	<b>421</b>	
	China			141	155	166	131	138	
	Bangladesh			138	209	140	131	120	
	India			92	89	74	86	75	
	Indonesia			6	6	1	1	2	
	Pakistán			9	14	17	13	17	
	Turquía			17	17	20	57	59	
	Marruecos			13	16	1	0	0	
	Importadores europeos			8	7	0	0	0	
	Sri Lanka			0	0	2	1	0	
	Vietnam			0	0	1	2	3	
	Camboya			4	3	4	3	5	
	Myanmar			6	3	0	1	0	
	Otros			0	0	2	2	2	
	<b>Número de fábricas de nivel 3 declaradas</b>						<b>33</b>		
	China						0		
	Bangladesh						21		
	India						10		
	Indonesia						0		
	Pakistán						2		
	Turquía						0		
	Marruecos						0		
	Camboya						0		
	Myanmar						0		
	<b>Cumplimiento medioambiental</b>			<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
	<b>Número de auditorías medioambientales de las fábricas de nivel 1 y 2</b>			<b>25</b>	<b>49</b>	<b>90</b>	<b>138</b>	<b>201</b>	<b>168</b>
	China			6	17	54	56	55	38

Desafíos y estrategia	Actuar en favor del medioambiente	Compromiso social con todas las personas	Gobernanza y creación de valor	Anexos	Metodología y definiciones
Bangladesh		19	32	30	43
India	0	0	4	19	25
Indonesia	0	0	0	1	0
Pakistán	0	0	1	14	17
Turquía	0	0	0	3	32
Camboya	0	0	1	2	2
Myanmar					1
Vietnam					1
Egipto					1
Número de auditorías medioambientales en fábricas de nivel 2 con procesos húmedos		43	78	111	168
<b>% de fábricas de nivel 2 con procesos de alto consumo de agua auditadas</b>	<b>24 %</b>	<b>46 %</b>	<b>74 %</b>	<b>91 %</b>	<b>64 %</b>
<b>% de conformidad de las auditorías medioambientales (fábricas de nivel 1 y 2)</b>					
Definición antigua: puntuaciones A+B+C en todas las auditorías realizadas para todas nuestras fábricas (grandes importaciones e importadores)					87 %
Nueva definición: puntuaciones A+B en las últimas auditorías de cada fábrica (solo grandes importaciones)					71 %
<b>Cumplimiento social</b>					
<b>Número de auditorías sociales de fábricas de nivel 1 y 2</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
China	607	835	832	1016	1167
Bangladesh	218	255	288	328	350
India	113	206	215	244	279
Indonesia	167	145	104	163	182
Pakistán	4	1	2	4	2
Turquía	11	20	25	37	38
Marruecos	9	21	27	78	145
Importadores europeos para las tiendas	19	14	13	4	0
Importadores europeos para la web	5	125	123	106	113
Sri Lanka	5	2	2	7	0
Etiopía	0	1	1	0	0
Vietnam	6	6	6	5	9
Camboya	28	21	12	22	17
					30



	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Importadores europeos para las tiendas						55 %
Importadores europeos para la web						45 %
Sri Lanka						0 %
Etiopía						0 %
Vietnam						38 %
Camboya						55 %
Myanmar						75 %
Otros						100 %
<b>% de las fábricas de nivel 1 existentes con clasificación E y con una mejor calificación en un plazo de 6 meses</b>				<b>91 %</b>	<b>100 %</b>	
<b>% de nuevas fábricas de nivel 1 incluidas en lista con una clasificación A, B o C (conformes)</b>				<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	

# 1. Francia

<b>Tipo de acuerdo</b>	<b>Temática</b>	<b>Empresa implicada</b>	<b>Objetivos del acuerdo</b>	<b>KPI del acuerdo</b>	<b>Seguimiento en comisión con nuestros representantes</b>	<b>Fecha de entrada en vigor</b>	<b>Fecha de firma</b>
CALIDAD DE VIDA Y CONDICIONES LABORALES + DESCONEXIÓN	Bienestar en el trabajo	UES	Mantener un entorno de trabajo seguro que mejore la calidad de vida en el trabajo al tiempo que fomenta el rendimiento.	Encuesta GPTW	1 vez/año	5/7/2022	5/4/2023
TELETRABAJO	Bienestar en el trabajo	UES	Mantener el equilibrio entre la calidad de vida del empleado y el rendimiento de la empresa.	Encuesta GPTW	1 vez/año	5/7/2022	5/4/2023
Diálogo social CSE	Bienestar en el trabajo	UES	Construir de manera conjunta la nueva organización de los órganos de representación del personal de la UES con los representantes del personal (CSE, CSEC, comisiones y representantes locales).	Ninguno	N/A		24/01/19
Igualdad hombres y mujeres	Igualdad hombres y mujeres	UES	Garantizar, promover y liderar la igualdad profesional entre los empleados independientemente de su sexo. 5 ámbitos de compromiso: empleo, formación profesional, acceso a la movilidad y la promoción interna, retribución, condiciones de trabajo / conciliación de la vida familiar y laboral / ejercicio de la responsabilidad parental.	Ejemplos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Disponibilidad de un curso de e-learning para promover la diversidad: todos los participantes en el proceso de contratación deben hacerlo</li> <li>- Número de personas que se han beneficiado de una acción formativa 12 meses después de la reincorporación tras una larga ausencia.</li> <li>- Seguimiento de la brecha salarial entre mujeres y hombres en el mismo puesto, y el mismo nivel de experiencia en el cargo.</li> <li>- Número de empleados con baja por paternidad que han decidido mantener su mutualidad.</li> </ul>	1 vez/año		1/9/2021

Desafíos y estrategia	Actuar en favor del medioambiente	Compromiso social con todas las personas	Gobernanza y creación de valor	Anexos	Metodología y definiciones		
Discapacidad	Inclusión	UES	Perpetuar y reafirmar este compromiso social con las personas con discapacidades: - continuando con la política encaminada a mejorar la acogida y la integración de estas personas en los equipos; - manteniéndolos en el puesto de trabajo; - garantizando su desarrollo profesional.	- Número de contrataciones realizadas y acuerdos de prácticas - Número de estructuras especializadas con las que trabajamos - Índice de accesibilidad a la formación de los trabajadores con discapacidad	1 vez/año		23/08/21
Generación/Acuerdo GPEC	Inclusión	UES	Facilitar la integración a largo plazo de los jóvenes en el puesto, promover la contratación y retención de los empleados de más edad y garantizar la transmisión de conocimientos y competencias	Ejemplos: - Contratación de al menos 500 jóvenes menores de 26 años con contratos indefinidos - Porcentaje de empleados mayores de 55 años (objetivo del 2,5% del total de la plantilla)	1 vez/año		28/09/22
Acuerdo sobre la distribución del tiempo de trabajo de 1999 + Cláusula adicional	Bienestar en el trabajo	UES	Distribución y reducción del tiempo de trabajo en el marco de la ley de 13 de junio de 1998	No	No		17/06/99
Acuerdo de flexibilidad horaria	Bienestar en el trabajo	KIA	Desarrollar el sistema de ordenación del tiempo de trabajo en las tiendas para los empleados con condición de asalariados	No	1 vez/año		24/02/2004
Acuerdo de trabajo dominical	Poder adquisitivo	KIA + LOG (2 acuerdos)	Implantar el trabajo dominical y las compensaciones otorgadas a los empleados que trabajan los domingos	No	No		29/01/2010
Acuerdo de tiempo de trabajo supervisores tienda	Bienestar en el trabajo	KIA	Implantar una organización homogénea del trabajo para todos los supervisores de tienda	No	1 vez/año		11/7/2014
Acuerdo de participación en los beneficios	Poder adquisitivo	KIA + LOG + BUN		No	No		18/03/2022
Acuerdo de participación	Poder adquisitivo	UES		No	No		16/05/2007
Servicio de guardia	Bienestar en el trabajo	UES (BUNSHA + KLO)	Aclarar y perpetuar el sistema de guardias, redefinir el marco de aplicación (definición, franjas horarias, compensación)	Seguimiento de las guardias - cantidad - n.º de guardias a lo largo de un año	1 vez/año		1/9/2021

## 2. España

Tipo de acuerdo	Temática	Empresa implicada	Objetivos del acuerdo	KPI del acuerdo	Seguimiento en comisión con nuestros representantes
Acuerdo sobre la carga de trabajo	Conciliación de la vida laboral y familiar	KES	Normas y reglamentos para promover la conciliación de la vida laboral y familiar.	Rotación y absentismo	3 veces/año
Acuerdo sobre los beneficios	Bienestar en el trabajo	KES	Beneficios como permisos ampliados, cumpleaños, permisos de maternidad/paternidad, etc.		
Desconexión digital	Conciliación de la vida laboral y familiar	KES	Limitar el uso de dispositivos digitales para aumentar el tiempo de desconexión.	n/d	3 veces/año
Pour Être de KIABI (ser de KIABI)	Poder adquisitivo	KES	Acceso a precios reducidos a servicios como restaurantes, cines, gimnasios, etc.	Índice de participación	1 vez/año
Plan de igualdad y diversidad	Igualdad de hombres y mujeres	KES	Garantizar, promover y liderar la igualdad profesional entre los empleados independientemente de su sexo.	Rotación y absentismo	1 vez/año
Ayuda para la adquisición de ropa de trabajo	Poder adquisitivo	KES	Bonificación a los equipos para la compra de ropa de KIABI para sus puestos de trabajo.	Índice de participación	2 veces/año
Retribución flexible	Poder adquisitivo	KES	Acceso a determinados servicios (formación, billetes de transporte, vales de comida, seguro médico, etc.) a precios reducidos y beneficios fiscales.	Índice de participación	1 vez/año
Plan de Inclusión Social	Inclusión	KES	Convenio con asociaciones para la inclusión profesional de colectivos desfavorecidos.	eNPS e índ. compromiso	4 veces/año
Comité KIABI Vivir	Inclusión	KES	Preparación de acciones en favor de la calidad de vida de colectivos desfavorecidos con la implicación de los Kiabers.	eNPS e índ. compromiso	3 veces/año
Participación accionarial	Poder adquisitivo	KES	Oportunidad de participar en el accionariado de KIABI.	Índice de participación	3 veces/año

Todos los acuerdos se renuevan y firman anualmente. El acuerdo de desconexión digital se firmó por 1.º vez en 2021.

## 3. Italia

Tipo de acuerdo	Temática	Empresa implicada	Objetivos del acuerdo	KPI del acuerdo
Permiso de paternidad	Conciliación de la vida laboral y familiar	SEKI / CIA	Garantizar a la empleada una vuelta serena al trabajo a través de la organización del CODEV (grupo de inteligencia colectiva) para las personas que han concluido su baja de maternidad.	Encuesta GPTW, resultados de la reunión con RR. HH., % de rotación
Permiso de paternidad	Conciliación de la vida laboral y familiar	SEKI / CIA	Apoyar y ayudar a las empleadas durante su baja de maternidad. Si el período de baja opcional se utiliza de forma continua (6 meses), la empresa agrega una contribución adicional del 30 % del salario al 30 % del salario previsto por el Estado.	Encuesta GPTW, índice participación, % de rotación
Finalización del trabajo antes de tiempo (TFR)	Bienestar en el trabajo	SEKI / CIA	Posibilidad de que el trabajador solicite finalizar su trabajo antes de tiempo en determinadas situaciones que se suman a los supuestos previstos por la ley.	Encuesta GPTW, % de rotación
Permiso especial	Bienestar en el trabajo	SEKI / CIA	Permiso especial de una semana en caso de situación grave para que los empleados puedan ausentarse sin problemas cuando lo necesiten.	Encuesta GPTW, índice participación, % de rotación
Pago de domingos y días festivos trabajados	Poder adquisitivo	SEKI / CIA	Aplicación de aumentos adicionales a lo previsto en el contrato mercantil. Aumento del poder adquisitivo de nuestros empleados.	Encuesta GPTW, índice participación, % de rotación
Asignación de tres fines de semana de vacaciones que los empleados pueden unir al inicio de las semanas de vacaciones.	Conciliación de la vida laboral y familiar	SEKI / CIA	Mejorar el equilibrio entre la vida laboral y familiar.	Encuesta GPTW, % de rotación
Asignación de horas adicionales de flexibilidad en relación con el tiempo de trabajo semanal	Poder adquisitivo	SEKI / CIA	Añadir horas a los empleados a tiempo parcial y aumentar el poder adquisitivo de nuestros empleados.	Encuesta GPTW, índice participación, % de rotación
Lanzamiento del proyecto Welfare para empleados con contrato indefinido a partir de enero de 2023: 250 euros para todos los empleados con contrato indefinido y posibilidad de convertir la prima de rendimiento en beneficios sociales (con ahorro fiscal, sin impuestos).	Bienestar/poder adquisitivo	SEKI / CIA	Aumentar el poder adquisitivo de nuestros empleados y mejorar la conciliación de la vida laboral y familiar. Posibilidad de adquirir servicios y productos de diferentes tipos a través del portal Welfare.	Encuesta GPTW, % de rotación

CIA: contrato integrador de la empresa que incluye todas estas condiciones/beneficios. Firmado el 13 de diciembre de 2021 con vigencia hasta diciembre de 2024

## 4. Bélgica

<b>Tipo de acuerdo</b>	<b>Temática</b>	<b>Empresa implicada</b>	<b>Objetivos del acuerdo</b>	<b>KPI del acuerdo</b>	<b>Seguimiento en comisión con nuestros representantes</b>
Maternidad	Bienestar en el trabajo	KSCB	Plan global de prevención en el contexto de la protección de la maternidad (puesto responsable ventas).	N/A	No
Acuerdo de trabajo dominical	Equilibrio entre la vida laboral y familiar	KSCB	Aplicación de la contraprestación otorgada a los Kiabers que trabajan los domingos, el pago del 100 % de la paga extra o la opción de tener un día de recuperación, así como las reglas que garantizan la vida familiar / de fin de semana.	N/A	Previamenente negociado con los interlocutores sociales
2022 → Plan de empleo para trabajadores de 45 y más	Equilibrio entre la vida laboral y familiar	KSCB	Acciones dirigidas a aumentar la tasa de empleo de los trabajadores de 45 años y más promoviendo su permanencia en el empleo.	Absentismo	Previamenente negociado con los interlocutores sociales Evaluación y punto de mejora x1 año
2022 → Convenio colectivo de trabajo sobre prestaciones de rendimiento no recurrentes (o CCT90)	Poder adquisitivo	KSCB	Convenio colectivo de trabajo (anual) con los interlocutores sociales que permite la exención de las cotizaciones a la seguridad social y de los impuestos para los Kiabers.	N/A	Seguimiento periódico de los resultados en las reuniones del comité de empresa
2023 → Convenio colectivo de trabajo sobre prestaciones de rendimiento no recurrentes (o CCT90)	Poder adquisitivo	KSCB	Convenio colectivo de trabajo (anual) con los interlocutores sociales que permite la exención de las cotizaciones a la seguridad social y de los impuestos para los Kiabers.	N/A	Seguimiento periódico de los resultados en las reuniones del comité de empresa

## 5. Portugal

<b>Tipo de acuerdo</b>	<b>Temática</b>	<b>Empresa implicada</b>	<b>Objetivos del acuerdo</b>	<b>KPI del acuerdo</b>	<b>Seguimiento en comisión con nuestros representantes</b>
Convenio colectivo de trabajo	Comercio al por menor, comercio al por mayor y comercio electrónico	APED	El objetivo es supervisar y controlar de cerca temas vitales para el sector y contribuir a una toma de decisiones más informada y sostenible.	N/A	N/A

# Anexo 3: datos específicos de España

**Este anexo complementario de KIABI España KSCE, S.A. a la declaración de resultados extrafinancieros de Bunsha Internationale SAS. ha sido elaborada de acuerdo con las exigencias de la Ley 11/ 2018, de 28 de diciembre, de Información no Financiera y Diversidad -que modifica el Código de Comercio-, el texto de la Ley de Sociedades Anónimas, aprobado por el Real Decreto-Ley 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad. Este anexo trata exclusivamente de la información no financiera regulada por el artículo 49.1.2 de la Ley de Información Financiera.**

**Todos los datos facilitados corresponden al ejercicio 2023 (1 de enero - 31 de diciembre de 2023) y al ejercicio 2022.**

**Han sido revisados de forma independiente por Mazars.**

## Calidad y medioambiente

KIABI ha renovado el certificado ISO 14001 de gestión medioambiental e ISO 9001 de gestión

de la calidad, acreditado por AENOR. Esta certificación nos permite mejorar nuestros procesos internos y su eficacia de manera continua, aportando un valor añadido y asegurando que nuestros productos cumplen con las especificaciones legales y expectativas de nuestros clientes.

Asimismo, los properties con los que trabaja KIABI tienen el compromiso de implementar políticas de sostenibilidad para reducir su impacto en el entorno y fomentar prácticas inmobiliarias sostenibles, incorporando los objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. Algunas de las acciones con los properties han sido la colaboración para alcanzar la certificación BREEAM de los activos inmobiliarios, estrategias de zero waste o reciclaje, fomento de la movilidad sostenible, aumentar el bienestar de las personas, reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y optimización de los consumos energéticos. Desde KIABI exigimos que todos los partners y colaboradores se comprometan en la toma de decisiones de una forma ética, responsable y sostenible.

### Energía :

- El consumo de energía en 2023 en nuestros centros de trabajo fue de 15.276.043 Kwh mientras que el consumo en 2022 fue de 14.678.579 Kwh. El aumento en el consumo se debe a que se han realizado ocho aperturas de tiendas sucursales en el año 2023.
- Continuamos apostando por energía procedente de fuentes renovables (energía verde 100 %) y con certificados de garantía de origen.
- Colaboramos con empresas de Grupo a nivel SRS para fijar objetivos de reducción de consumo en colaboración con nuestro consultor energético.
- Sustituimos las máquinas por unas más eficientes, aumentamos el uso de luces tipo LED, mejoramos la cartelera, instalamos baterías de condensadores en las nuevas tiendas.
- Formamos a nuestros equipos en buenas prácticas de ahorro energético, sostenibilidad y buenas prácticas ambientales.

### Consumibles :

- Bolsas clientes: utilizamos en nuestras tiendas bolsas de papel 100% reciclado de 3 tamaños diferentes con certificado FSC (papel procedente de bosques gestionados de manera responsable) y punto verde.
- Rollos térmicos: libres de bpa.
- Perchas: material procedentes de plástico reciclado.

### Envases:

- KIABI está adherido y cumple sus obligaciones en materia de RAP a través del SCRAP de envases de Ecoembes.
- Adhesión a los Planes Empresariales de Prevención (PEP) de residuos de envases, programa elaborado por Ecoembes, en el cual ponemos en marcha buenas prácticas relacionadas con: reducción del impacto ambiental, aligeramiento de envases; utilización de material procedente de procesos de reciclado.
- Cumplimiento del RD 1055/2022 de Envases y Residuos de Envase mediante el reporte la declaración de envases comerciales y domésticos puestos en el mercado español, registro de productores, impuesto al plástico de un solo uso.

### Gestión de residuos:

- Gestión de residuos: Trabajamos con gestores de residuos autorizados para la recogida, gestión y tratamiento de los residuos generados en nuestros centros.
- Concienciación de los equipos en la segregación de residuos (plástico, cartón y separación del resto).
- Gestión de Tóners: Colaboramos con la empresa de gestión de cartuchos y tóners gastados.

- Gestión de RAEEs (residuos de aparatos eléctricos y electrónicos) a través de gestor autorizado

## Economía Circular:

- Taller de Personalización para hacer de cada prenda una pieza única. Un taller de transformación para ofrecer una segunda vida a la ropa. Los talleres están animados por Kiabers formados en la personalización y customización de ropa y accesorios (parches, estampados, bordados).

# Nuestros equipos

## Empleo

Desde que se fundó la marca en Francia en los años 70, hemos dejado claro nuestro compromiso para facilitar la vida de las personas. En nuestro caso, democratizando la moda, con precios para toda la familia.

Y esa palabra, FAMILIA, está en la base de nuestro ADN. Cuidamos de nuestros empleados como si fueran de la familia, lo que significa que también cuidamos de sus familias. Y, del mismo modo, los Kiabers cuidamos de nuestros clientes y de nuestro ecosistema, formando una gran comunidad de personas que comparten el mismo propósito, valores y creencias.

**«Facilitar la vida  
a las familias  
creando juntos  
una moda  
responsable  
y soluciones  
sostenibles»**

Esta es la frase que da sentido a nuestra nueva Visión 2030, y es la base de todo lo que hacemos en la empresa, respecto a empleados, clientes, socios, etc. Es el objetivo, el faro, de los Kiabers de todo el mundo, estemos donde estemos.

Los siguientes cuadros muestran el desglose de los equipos españoles sobre una base consolidada. Los desgloses se basan en el número de empleados al 31 de diciembre de 2023 y 2022 respectivamente.

# Número total y distribución de los empleados por sexo, edad y la clasificación profesional

KIABI España cerró 2023 con una plantilla de 1265 personas repartidas por todo el país. A finales de 2023, contaba con 67 tiendas, incluyendo una franquicia, y servicios centrales.

## Número total de empleados

Año fiscal 2022

Número total de personas	Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres
1372	177	1195	12,90%	87,10%

Año fiscal 2023

Número total de personas	Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres
1265	155	1110	12%	88%

## **Por categoría profesional**

Año fiscal 2022

Categoría Profesional	Hombres	Mujeres	Total	% Hombres	% Mujeres
Directores	6	3	9	67%	33%
Gestores intermedios	43	104	147	29%	71%
Empleados	128	1088	1216	11%	89%
<b>Total general</b>	<b>177</b>	<b>1195</b>	<b>1372</b>	<b>13%</b>	<b>87%</b>

**Año fiscal 2023**

Categoría Profesional	Hombres	Mujeres	Total	% Hombres	% Mujeres
Directores	6	3	9	67%	33%
Gestores intermedios	43	78	121	36%	64%
Empleados	106	1029	1135	9%	91%
<b>Total general</b>	<b>155</b>	<b>1110</b>	<b>1265</b>	<b>12%</b>	<b>88%</b>

**Por edad****Año fiscal 2022**

Edad	Hombres	Mujeres	Total
<25	29	185	214
25-35	82	498	580
36-55	62	501	563
>55	4	11	15
<b>Total</b>	<b>177</b>	<b>1195</b>	<b>1372</b>

**Año fiscal 2023**

Edad	Hombres	Mujeres	Total
<25	24	163	187
25-35	61	429	490
36-55	66	505	571
>55	4	13	17
<b>Total</b>	<b>155</b>	<b>1110</b>	<b>1265</b>

## Número total y distribución de los tipos de contratos de trabajo

En KIABI España estamos comprometidos con las personas que forman parte de este gran proyecto, por lo que hacemos todo lo posible para impulsar la carrera profesional de todos y cada uno de los Kiabers. En KIABI, todos son protagonistas de su propio desarrollo, trabajando en planes de acción individuales que les permiten asumir nuevas responsabilidades. Trabajar en KIABI significa formar parte de una empresa en continuo desarrollo, con un extraordinario ambiente laboral para los que la comunicación y el trabajo en equipo son pilares fundamentales.

**¿Qué es ser kiaber? Ser kiaber es una actitud. Estas son las cualidades o comportamientos más representativos:**

**1. Ser emprendedor:** Tomar las riendas de tu desarrollo en la empresa, tener voz propia, apoyar y proponer sea cual sea el rol que tengas dentro de KIABI, equivocarse, aprender, volver a intentarlo y tener éxito (cultura del error/aprendizaje/derecho). Un claro ejemplo de la puesta en práctica de esta cualidad son las asignaciones y la gestión de proyectos dentro de la empresa por parte de los comerciales, los jefes de tienda o los servicios centrales, o también nuestra política de movilidad interna.

**2. Ser generoso:** COMPARTIR, con mayúsculas. Conocimientos, tiempo, recursos, con acciones de la Fundación KIABI, etc. Pedir y ofrecer ayuda cuando sea necesario, con humildad y para lograr un objetivo común. Con esta idea se puso en marcha el programa de participación interna de la empresa, para compartir el éxito con las personas más importantes de la familia de los empleados de KIABI.

**3. El servicio al cliente:** Nuestra razón de ser, el centro de todas nuestras decisiones y por el que todos trabajamos como objetivo común. Es el principio y el fin de todo lo que hacemos en la empresa.

**4. Tener pasión:** Por lo que haces, por el cliente, por la moda, por la familia, por los amigos, por las aficiones que todos tenemos, por el planeta... Vive cada día como si fuera el único. Nuestros procesos de selección, en los que involucramos a personas de toda la empresa, representan perfectamente esta pasión.

**5. Cercanía:** No importa cuál sea tu función en la empresa, todos se relacionan entre sí de forma sencilla e individual, independientemente de la jerarquía o la estructura organizativa. Fomentamos una cultura de retroalimentación constructiva continua basada en la honestidad y la ambición de mejorar individualmente y como equipo.

**6. Exigente:** Con uno mismo y con los demás. Porque el objetivo colectivo está por encima del individual, y cada persona da lo mejor de sí misma, con responsabilidad, para conseguirlo.

Desafíos y estrategia	Actuar en favor del medioambiente	Compromiso social con todas las personas	Gobernanza y creación de valor	Anexos	Metodología y definiciones
3 Datos específicos de España					
<b>Distribución de los empleados por tipo de contrato permanente o temporal, tipo de contrato a tiempo completo y/o a tiempo parcial.</b>					
<b>Año fiscal 2022</b>					
<b>Tipo de contrato</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>		
Empleo a tiempo completo	59	183	242		
Empleo a tiempo parcial	118	1012	1130		
<b>Total general</b>	<b>177</b>	<b>1195</b>	<b>1372</b>		
<b>Año fiscal 2023</b>					
<b>Tipo de contrato</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>		
Empleo a tiempo completo	67	199	266		
Empleo a tiempo parcial	88	911	999		
<b>Total general</b>	<b>155</b>	<b>1110</b>	<b>1265</b>		
<b>Año fiscal 2022</b>					
<b>Tipo de contrato</b>	<b>Ilimitado</b>	<b>Plazo fijo</b>	<b>Total</b>		
Empleo a tiempo completo	238	4	242		
Empleo a tiempo parcial	786	344	1130		
<b>Total general</b>	<b>1024</b>	<b>348</b>	<b>1372</b>		
<b>Año fiscal 2023</b>					
<b>Tipo de contrato</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>		
Ilimitado	141	883	1024		
Plazo fijo	36	312	348		
<b>Total general</b>	<b>177</b>	<b>1195</b>	<b>1372</b>		
<b>Año fiscal 2023</b>					
<b>Tipo de contrato</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>		
Ilimitado	141	1023	1164		
Plazo fijo	14	87	101		
<b>Total general</b>	<b>155</b>	<b>1110</b>	<b>1265</b>		
<b>Por tipo de contrato y edad</b>					
<b>Año fiscal 2022</b>					
<b>Edad</b>	<b>Empleo a tiempo completo</b>	<b>Empleo a tiempo parcial</b>	<b>Total</b>		
<25	0	214	214		
25-35	69	511	580		
36-55	167	396	563		
>55	6	9	15		
<b>Total general</b>	<b>242</b>	<b>1130</b>	<b>1372</b>		

**Año fiscal 2023**

Edad	Empleo a tiempo completo	Empleo a tiempo parcial	Total
<25	3	184	187
25-35	77	413	490
36-55	179	392	571
>55	7	10	17
<b>Total general</b>	<b>266</b>	<b>999</b>	<b>1265</b>

**Año fiscal 2022**

Edad	Ilimitado	Plazo fijo	Total	% Indefinido
<25	88	126	214	41%
25-35	409	171	580	71%
36-55	513	50	563	91%
>55	13	2	15	87%
<b>Total general</b>	<b>1023</b>	<b>349</b>	<b>1372</b>	<b>74,56%</b>

**Año fiscal 2023**

Edad	Ilimitado	Plazo fijo	Total	% Indefinido
<25	155	32	187	83%
25-35	448	42	490	91%
36-55	545	26	571	95%
>55	16	1	17	94%
<b>Total general</b>	<b>1164</b>	<b>101</b>	<b>1265</b>	<b>92%</b>

**Por tipo de contrato y categoría profesional****Año fiscal 2022**

Categoría profesional	Ilimitado	Plazo fijo	Total	% Indefinido
Directores	9	0	9	100%
Gestores intermedios	147	0	147	100%
Empleados	868	348	1216	71%
<b>Total general</b>	<b>1024</b>	<b>348</b>	<b>1372</b>	<b>75%</b>

**Año fiscal 2023**

Categoría profesional	Ilimitado	Plazo fijo	Total	% Indefinido
Directores	9	0	9	100%
Gestores intermedios	116	2	118	98%
Empleados	1039	99	1138	91%
<b>Total general</b>	<b>1164</b>	<b>101</b>	<b>1265</b>	<b>92%</b>

**Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional****Por grupo de edad y sexo****Año fiscal 2022**

Edad	Hombres	Mujeres	Total
<25	1	2	3
25-35	2	4	6
36-55	3	5	8
>55	1	1	2
<b>Total general</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>19</b>

**Año fiscal 2023**

Edad	Hombres	Mujeres	Total
<25	0	0	0
25-35	1	6	7
36-55	5	17	22
>55	0	2	2
<b>Total general</b>	<b>6</b>	<b>25</b>	<b>31</b>

**Por categoría profesional y sexo****Año fiscal 2022**

Categoría profesional	Total
Directores	1
Gestores intermedios	8
Empleados	10
<b>Total general</b>	<b>19</b>

**Año fiscal 2023**

Categoría profesional	Total
Directores	0
Gestores intermedios	17
Empleados	14
<b>Total general</b>	<b>31</b>

La estrategia de KIABI España es posicionar los salarios y beneficios en torno a la media del mercado. Nuestra referencia será tanto el mercado general, que proporciona una aproximación válida por la estabilidad de su evolución, a tener en cuenta especialmente en el caso de los Servicios Centrales, como el mercado de la distribución, útil para medir la competitividad de las retribuciones en relación con la competencia directa en los equipos de tienda. En cuanto a las condiciones laborales, se pretende estar por encima de la media de las empresas del sector.

KIABI España cuenta con un paquete de remuneración que incluye salario fijo y variable y beneficios. Además de nuestra cultura y valores corporativos, ofrecemos oportunidades de formación y desarrollo y un entorno de trabajo agradable. Todo ello forma parte de un enfoque holístico de la remuneración. La experiencia laboral, un aspecto menos tangible pero muy valorado por los empleados, determina en gran medida el sentido de la permanencia, e implica cuestiones tan variadas como:

- Cultura y valores
- Reconocimiento
- Igualdad-Diversidad-Inclusión
- Conciliación de la vida laboral y familiar
- Comunicación abierta, publicación de vacantes
- Encuestas de clima y experiencia de los empleados
- Herramientas de trabajo
- Responsabilidad social de las empresas
- Lugares de trabajo confortables
- Entorno de trabajo internacional

**Salud y seguridad**

La seguridad de nuestros compañeros es una prioridad. Por ello, las políticas de seguridad de KIABI España se centran en crear un entorno de trabajo de bienestar en todas sus dimensiones: seguridad física, emocional y económica, ofreciendo una formación adaptada a los diferentes puestos que ocupan nuestros equipos desde su incorporación a la empresa.

En cuanto a accidentes laborales, en 2023 se produjeron 27 con baja (respecto a 2022 donde se produjeron 29), todos ellos leves. A continuación, se presentan los datos correspondientes al número de accidentes laborales con baja, desglosados por género:

Sexo	2022	2023
Hombres	1	2
Mujeres	28	25
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>27</b>

**Relaciones sociales**

KIABI España está acogido a su propio convenio colectivo de empresa, que se aplica al 100% de sus trabajadores, por lo que a finales de 2023, el porcentaje de trabajadores acogidos al convenio era del 100%. En enero de 2023 se firmó el nuevo convenio colectivo de KIABI España que en relación con el Convenio de grandes almacenes en determinadas materias laborales.

3 Datos específicos de España	Desafíos y estrategia	Actuar en favor del medioambiente	Compromiso social con todas las personas	Gobernanza y creación de valor	Anexos	Metodología y definiciones										
	<p>KIABI España cuenta con un comité de empresa intercentros formado por miembros de los agentes sociales y de la empresa. A través de reuniones periódicas y mecanismos de negociación colectiva, se mantiene el diálogo con los representantes de los trabajadores. Un ejemplo de este canal de información son los acuerdos de mantenimiento del empleo, el acuerdo de posicionamiento de la jornada laboral y el acuerdo de desconexión digital.</p> <p>Asimismo, KIABI España cuenta con un Comité de Seguridad y Salud, un órgano paritario y colegiado de participación para la consulta regular y periódica de las actuaciones necesarias en materia de prevención de riesgos. Los comités de seguridad y salud se encargan de defender los intereses de los trabajadores en materia de prevención de riesgos laborales.</p> <p>Por último, KIABI España vela por el cumplimiento de los objetivos de igualdad recogidos en su Plan de Igualdad, manteniendo un canal regular de comunicación, con el que ha establecido un protocolo contra el acoso sexual y el acoso por razón de sexo, tal y como se recoge en nuestro convenio colectivo, concretamente en el capítulo XI que contiene el acuerdo para la prevención y tratamiento de las situaciones de acoso moral y sexual. El acuerdo establece los tipos de acoso (artículos 57 y 58) y el procedimiento de actuación (artículo 59) de acuerdo con las recomendaciones legislativas. Durante el año 2023, no se registró ninguna queja relacionada con el acoso según el informe indicado por el Comité de Investigación.</p>	<h2>Formación</h2> <p>La política de formación de la empresa responde a las necesidades detectadas por la empresa y a las que pueden transmitir las personas en el marco de sus procesos de evaluación del rendimiento. El catálogo de formación es visible para todos los empleados. Toda la formación tiene lugar durante el horario laboral. Las personas que tienen que realizar exámenes pueden inscribirse en ellos a través de una aplicación interna de asignación. La estrategia de formación de la empresa se basa en el modelo de aprendizaje 70/20/10. El 70% se adquiere a través de la formación en el puesto de trabajo, el 20% se aprende de otros (por ejemplo, experiencias de tutoría) y el 10% a través de la formación formal.</p> <p>A continuación, presentamos el número total de horas de formación por género.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Sexo</th> <th>Horas 2023</th> <th>Horas 2022</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mujeres</td> <td>27.354</td> <td>27.708</td> </tr> <tr> <td>Hombres</td> <td>5.204</td> <td>4.817</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>32.558</b></td> <td><b>32.525</b></td> </tr> </tbody> </table>	Sexo	Horas 2023	Horas 2022	Mujeres	27.354	27.708	Hombres	5.204	4.817	<b>Total</b>	<b>32.558</b>	<b>32.525</b>	<h2>Igualdad</h2> <p>Buscamos talento, y por eso, nos enorgullecemos de ofrecer igualdad de oportunidades y nos comprometemos a contratar a los mejores, independientemente de su raza, sexo, edad u otras capacidades.</p> <p>KIABI España mantiene sus planes de seguimiento y actuación de acuerdo con la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, y se rige, tanto en la interpretación como en la aplicación de su actual y vigente convenio colectivo KIABI España, por el principio de igualdad y no discriminación por razones personales consagradas en el artículo 14 de la Constitución y en el artículo 17.1 del Estatuto de los Trabajadores, y sobre todo por el principio de igualdad efectiva de mujeres y hombres que se desarrolló a partir de la Ley 3/2007, de 22 de marzo.</p> <p>Dichas disposiciones se consideran una referencia interpretativa primordial del citado convenio colectivo. Asimismo, KIABI España cuenta con un plan de igualdad para mujeres y hombres que recoge el compromiso de la empresa con los siguientes puntos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Selección</li> <li>2. Contratación de personal</li> <li>3. Promoción</li> <li>4. Formación</li> <li>5. Remuneración</li> <li>6. Conciliación</li> <li>7. Salud laboral</li> </ol>	<p>8. Prevención del acoso sexual y/o de género y de la violencia de género</p> <p>9. Comunicación y concienciación</p> <p>En este contexto, y continuando en la línea de trabajo mencionada, a fecha de 14 de septiembre de 2022, se firmó el 2º Plan de Igualdad de KIABI España.</p>
Sexo	Horas 2023	Horas 2022														
Mujeres	27.354	27.708														
Hombres	5.204	4.817														
<b>Total</b>	<b>32.558</b>	<b>32.525</b>														

## Promedio de remuneración por categoría, franja de edad y sexo.

	Nº trabajadores	Total Remuneraciones	Media Remuneración
Directivos Hombres	3,97	399.215	100.558
Mandos Hombres	38,71	1.595.907	41.227
Empleados Hombres	72,05	1.447.243	20.088
Directivos Mujeres	3,00	293.840	97.947
Mandos Mujeres	89,27	2.921.804	32.729
Empleados Mujeres	628,80	12.587.740	20.019
Total Remuneración Hombres	114,73	3.442.364	30.005
Total Remuneración Mujeres	721,07	15.803.385	21.916

	Nº trabajadores	Total Remuneraciones	Media Remuneración
Directivos Hombres <25	0,00	-	-
Directivos Hombres 25-35	0,00	-	-
Directivos Hombres 36-55	3,97	399.215	100.558
Directivos Hombres >55	0,00	-	-
Mandos Hombres <25	0,00	-	-
Mandos Hombres 25-35	13,06	437.942	33.533
Mandos Hombres 36-55	24,65	1.089.348	44.193
Mandos Hombres >55	1,00	68.617	68.617
Empleados Hombres <25	12,77	259.736	20.340
Empleados Hombres 25-35	34,61	702.814	20.310
Empleados Hombres 36-55	23,07	459.035	19.897
Empleados Hombres >55	1,61	25.657	15.936

	Nº trabajadores	Total Remuneraciones	Media Remuneración
Directivos Mujeres <25	0,00	-	-
Directivos Mujeres 25-35	0,00	-	-
Directivos Mujeres 36-55	3,00	293.840	97.947
Directivos Mujeres >55	0,00	-	-
Mandos Mujeres <25	0,00	-	-
Mandos Mujeres 25-35	19,91	745.908	37.464
Mandos Mujeres 36-55	67,36	2.111.781	31.349
Mandos Mujeres >55	2,00	64.115	32.057
Empleados Mujeres <25	82,10	1.640.051	19.976
Empleados Mujeres 25-35	270,22	5.308.281	19.644
Empleados Mujeres 36-55	269,52	5.501.462	20.412
Empleados Mujeres >55	6,96	137.946	19.820

El cálculo del N.º de trabajadores se ha realizado siguiendo el criterio de jornada anual efectiva trabajada (Full Time employee).

Estos datos no incluyen los trabajadores que prestan servicios para otros países.



# Metodología y definiciones

06

## Contexto

De conformidad con la Orden n° 2017-1180, de 19 de julio de 2017, relativa a la publicación de información no financiera por parte de determinadas empresas que cumplen los criterios, así como con la Ley n° 2017-399, de 27 de marzo de 2017, sobre el deber de diligencia de las sociedades matrices y las sociedades ordenantes, el Grupo KIABI ha elaborado esta declaración de resultados no financieros que incluye:

- Medidas para identificar y prevenir los riesgos sociales, corporativos y medioambientales relacionados con su actividad, como parte de la obligación de mejor esfuerzo, para el año 2023.
- Medidas de vigilancia razonables para identificar y prevenir violaciones graves de los derechos humanos, las libertades fundamentales, la salud y la seguridad de las personas y el medioambiente, en el marco de un deber de diligencia, para el año 2023.

El Grupo KIABI ha optado por elaborar un único documento, que cumple con las obligaciones anteriormente expuestas. Este documento, aunque incluya los elementos del plan de vigilancia, se denominará «declaración de información no financiera».

La presente declaración se refiere a todas las empresas pertenecientes al Grupo KIABI, es decir, a todas las empresas francesas y extranjeras controladas directa e indirectamente, en el sentido del artículo L.233-3 del Código de Comercio francés, por BUNSHA INTERNATIONAL (la sociedad matriz), así como a todos sus proveedores y subcontratistas (en adelante, «Proveedores») con los que mantiene una relación comercial establecida. Existe una relación comercial establecida, de acuerdo con la jurisprudencia francesa, cuando existe una relación comercial estable y habitual.

En esta declaración, el término «partes interesadas» debe entenderse como proveedores, subcontratistas, proveedores de servicios, clientes, franquiciados, afiliados, agentes, asociaciones y empleados del Grupo KIABI.

Por «empleados», nos referimos a todos los trabajadores del Grupo KIABI, ya sea con contratos indefinidos o temporales, a tiempo parcial o completo, o directivos de la empresa (en ocasiones denominados «Kiabers»).

El artículo L. 225-102-1 del Código de Comercio francés exige que se incluyan sistemáticamente determinadas informaciones en la declaración de información no financiera, además de los riesgos no financieros propios de nuestra actividad.

Elementos obligatorios que deben abordarse en la declaración de información no financiera:

- La economía circular, que se aborda en el apartado 5. Construir un modelo de distribución y consumo más circular dentro de la sección «Actuar en favor del medioambiente».
- El cambio climático, que se aborda en el apartado 1. Desafíos e indicadores de la sección «Actuar en favor del medioambiente»
- Los convenios colectivos celebrados en la empresa y su impacto en los resultados económicos de la empresa, así como en las condiciones laborales de los trabajadores, que se abordan en el apartado 3. Promover la igualdad de oportunidades y la inclusión en la sección «Compromiso social con todas las personas». Los detalles de los convenios colectivos pueden consultarse en uno de los anexos.

Cabe señalar que tenemos 1 comité social y económico central (CSEC) y 4 comités sociales y económicos (CSE), 3 de los cuales cuentan con un comité de salud, seguridad y condiciones laborales (CSSCT),

así como representantes del personal en las tiendas. Los 4 CSE se refieren a las empresas francesas KIABI Europe, KIABI Logistique, KIABI Logistique Hem y Bunsha. Los acuerdos celebrados se aplican a estas empresas francesas cuya legislación y obligaciones son específicas. Los demás países hacen lo mismo según su legislación.

- La diversidad, que se aborda en el apartado 3. Promover la igualdad de oportunidades y la inclusión en la sección «Compromiso social con todas las personas».
- La discapacidad, que se aborda en el apartado 3. Promover la igualdad de oportunidades y la inclusión en la sección «Compromiso social con todas las personas».
- El respeto del bienestar animal, que consideramos irrelevante ya que:
  - ➔ solo el 0,03 % de los accesorios y zapatos de las colecciones de verano e invierno de 2023 contiene cuero;
  - ➔ solo el 0,3 % (de todas nuestras compras excluyendo zapatos) de las colecciones de verano e invierno de 2023 contiene lana;
  - ➔ no disponemos de piezas de ropa con pieles.
- La lucha contra el desperdicio de alimentos se considera irrelevante para nuestro negocio.
- La lucha contra la inseguridad alimentaria se considera irrelevante para nuestro negocio.
- La alimentación responsable, justa y sostenible se considera irrelevante para nuestro negocio.
- Las acciones dirigidas a promover la práctica de actividades físicas y deportivas se consideran irrelevantes para nuestra actividad.
- Las acciones dirigidas a promover el vínculo con el ejército y apoyar el alistamiento en las reservas se consideran irrelevantes con respecto a nuestra actividad.

# Nota metodológica y definiciones

## Período y alcance del informe

Período del informe:

- Los datos sociales, corporativos y medioambientales abarcan el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023.
- Los datos de la colección se basan en el período de compra de las colecciones de verano e invierno de 2023.

## Modelo de negocio

Socio con franquicia: es una empresa independiente con el derecho contractual de explotar el saber hacer, la marca, la firma y los procesos comerciales de KIABI a cambio del pago de una regalía.

Socio afiliado: la afiliación con comisión es un método de distribución mediante el cual un comerciante, el afiliado, vende productos pertenecientes a otra persona (en este caso KIABI), por cuenta de esta última y bajo su nombre, a cambio del pago de una comisión calculada sobre el volumen de negocios realizado.

Proveedores comerciales: una persona física o jurídica que contrate conjuntamente con el Grupo KIABI y que esté involucrada en el suministro de productos a las empresas del grupo que se encargan, directamente o a través de sus socios comerciales, de vender los productos a los consumidores finales.

Compras no mercantiles: las compras indirectas se refieren a los bienes y servicios que las empresas necesitan para operar, pero que no forman parte de su negocio principal.

Equipos de las colecciones: todos los equipos que trabajan en el diseño de productos en KIABI (directores de colección, responsables

de mercado, responsables de producto, asistentes de responsables de producto asistentes, estilistas, patronistas, diseñadores gráficos, controladores de gestión de ofertas, etc.).

NPS = Net Promoter Score: un indicador utilizado por las empresas para medir la satisfacción y lealtad de un consumidor a una marca. El NPS evalúa en qué grado el encuestado recomienda una determinada empresa, producto o servicio a sus amigos, familiares o colegas.

Puntos de contacto: todos los dispositivos que nos permiten vender productos o prestar un servicio a nuestros clientes, ya sean físicos o digitales (tiendas, shop in shop que son rincones KIABI de otras marcas, sitios web, marketplace, etc.).

## Estrategia y gobernanza

Business unit (unidad de negocio) significa unidad organizativa o área y define una entidad o departamento de la empresa que actúa como una parte separada y tiene algún tipo de autonomía sobre su funcionamiento. Estos son algunos ejemplos de unidades de negocio: marketing, colecciones, gestión financiera, países de distribución (Francia, España, Italia, etc.) o franquicias internacionales.

## Vínculo entre nuestro mapeo de riesgos no financieros y los desafíos y oportunidades de la doble materialidad

En 2023, elaboramos nuestra primera matriz de doble materialidad y decidimos integrarla en la declaración de información no financiera. Dado que los requisitos de esta declaración se basan en un mapa de riesgos, hemos elaborado una tabla de correspondencia entre los antiguos riesgos no financieros y los nuevos desafíos resultantes del análisis de doble materialidad (véase la tabla siguiente).

Algunos riesgos no se corresponden con los desafíos de doble materialidad, como la salud y la seguridad de los empleados, la salud y la seguridad de los clientes o el riesgo de corrupción. Estas cuestiones no han resultado ser las más importantes para KIABI. Sin embargo, hemos detectado ciertos indicadores relacionados con estos temas.



Eje	Desafío	Principales riesgos no financieros	Desafíos CSRD identificados	Indicadores clave de seguimiento
Medioambiental	Impacto medioambiental relacionado con la producción de productos KIABI.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cambio climático (aumento de las emisiones de gases de efecto invernadero).</li> <li>Agotamiento de los recursos no renovables.</li> <li>Degradoación de la biodiversidad.</li> </ul>	#3 Cambio climático. #4 Acceso a materias primas. #8 Consumo de agua. #9 Contaminación del agua. #10 Erosión de la biodiversidad. #14 Contaminación del suelo. #15 Uso del suelo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Porcentaje de evolución de las emisiones de carbono de alcance 1/2/3 en términos absolutos en comparación con 2022.</li> <li>Desglose de los materiales (en tonelajes de productos terminados comprados).</li> <li>Proporción de los artículos textiles comprados con un nivel de ecodiseño 1+2.</li> <li>Proporción de productos de segunda mano de la totalidad de artículos vendidos por KIABI.</li> <li>Consumo de agua de nuestras propias instalaciones.</li> </ul>
	Impacto medioambiental relacionado con el final de la vida útil de los productos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Residuos y contaminación por falta de recuperación y reciclaje de productos.</li> </ul>	#2 Reducción, reutilización y reciclaje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proporción de productos de segunda mano de la totalidad de artículos vendidos por KIABI.</li> <li>Toneladas de artículos textiles y zapatos recogidos.</li> </ul>
	Salud y seguridad del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incumplimiento normativo (REACH, etc.).</li> <li>Deterioro de la salud/seguridad del cliente (problemas médicos, discapacidad, lesiones).</li> </ul>	N/A - problema no considerado importante.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Net Promoter Score.</li> </ul>
Plano social	Clima social interno.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deterioro del diálogo social y de las condiciones laborales vinculadas a la política social</li> <li>Riesgo reputacional para KIABI.</li> </ul>	#6 Condiciones laborales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rotación.</li> <li>Índice Great Place To Work Trust.</li> </ul>
	Salud y seguridad de los empleados.	<p>Deterioro de la seguridad y salud de los empleados que puede conllevar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- trastornos musculoesqueléticos relacionados con la logística y las actividades en la tienda que generan paros laborales repetitivos, discapacidades parciales (y, en última instancia, una disminución de los recursos).</li> <li>- trastornos psicológicos después de las agresiones, especialmente en las tiendas</li> <li>- accidentes de trabajo.</li> <li>- fragilidad psicológica de las personas afectadas por los cambios organizacionales.</li> <li>- enfermedades o ansiedad en caso de epidemia.</li> </ul>	N/A - problema no considerado importante.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Índice de frecuencia de accidentes laborales.</li> <li>Porcentaje de la plantilla con enfermedades profesionales.</li> <li>Índice de absentismo.</li> </ul>
	Gestión de las competencias y empleabilidad de los empleados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Obsolescencia de las competencias por falta de apoyo de KIABI.</li> <li>Incapacidad para atraer, retener y motivar el talento necesario para el buen funcionamiento y desarrollo de las actividades de la empresa.</li> <li>Pérdida de atractivo para los candidatos potenciales.</li> </ul>	#13 Gestión de competencias y atractivo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cantidad de horas de formación.</li> <li>Porcentaje de empleados que han recibido formación para mejorar sus competencias.</li> </ul>
Gobernanza	Salud y seguridad de los trabajadores + derechos humanos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de garantías en cuanto a la seguridad física de los trabajadores en el lugar de trabajo.</li> <li>Falta de protección de la salud de los trabajadores.</li> </ul>	#6 Condiciones laborales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Porcentaje de fábricas auditadas A y B en niveles 1 y 2 - Textil, accesorios y calzado ITFAS.</li> <li>Porcentaje de nuevas fábricas incluidas en nuestra lista clasificadas como A, B o C (nivel 1).</li> <li>Porcentaje de fábricas con una calificación E que mejoraron o cuya relación con KIABI terminó en un plazo de 6 meses (nivel 1).</li> </ul>
	Ética.	Riesgo de corrupción, particularmente en ciertas filiales en la relación con las partes interesadas debido a nuestros altos volúmenes de compra.	N/A - este desafío no se ha considerado como importante.	

# Actuar en favor del medioambiente

## Definiciones de los términos utilizados

### 1. BIODIVERSIDAD (fuente I Care, informe de biodiversidad KIABI 2020):

La biodiversidad, o diversidad biológica, se refiere a la variabilidad de los organismos vivos de todos los orígenes, incluidos los ecosistemas terrestres, marinos y otros ecosistemas acuáticos, así como los complejos ecológicos de los que forman parte. Incluye la diversidad dentro de las especies y, entre ellas, la diversidad de los ecosistemas y las interacciones entre los organismos vivos.

### 2. EVALUACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD, PRINCIPALES PRESIONES (fuente Millennium Ecosystem Assessment, 2005):

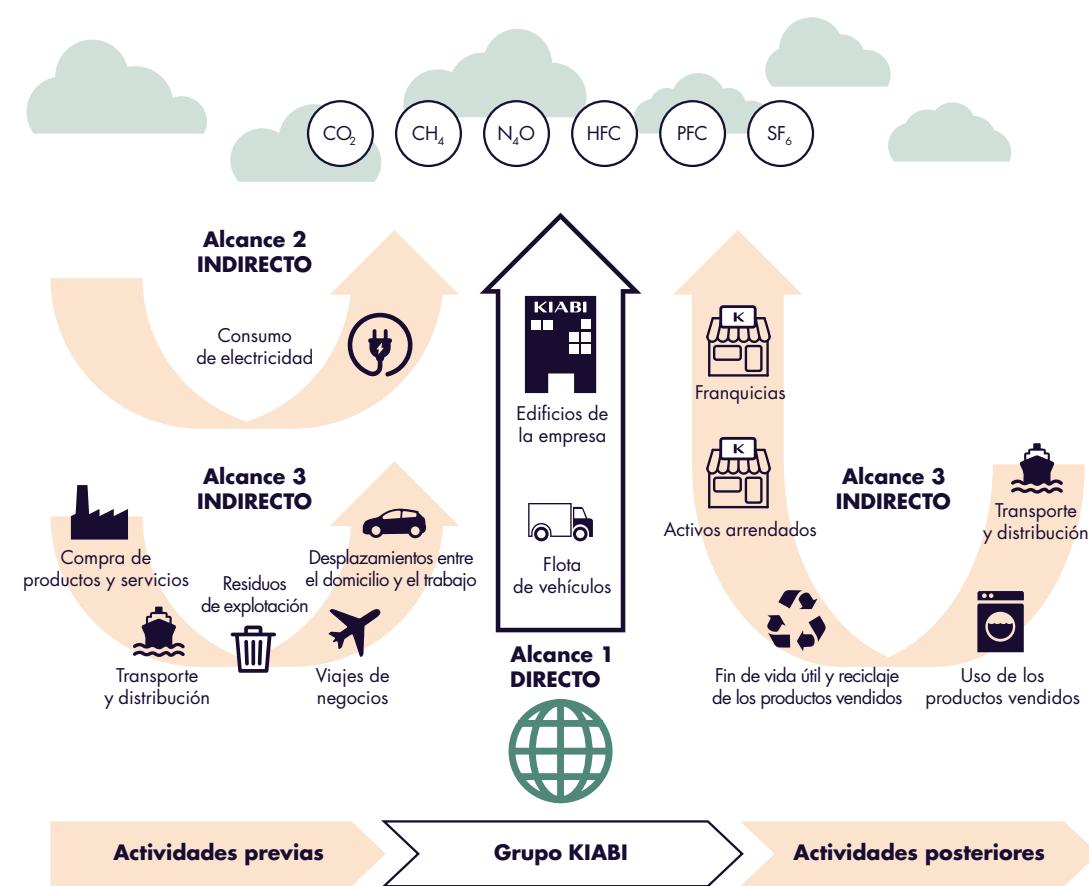
**Degradación de los hábitats:** destrucción, fragmentación, alteración de los entornos naturales que perturban la vida de las especies (fauna, flora).

**Cambio climático:** influye en los entornos naturales a través del aumento del nivel del mar y la intensidad de los fenómenos extremos, el aumento de las precipitaciones y la acidificación de los océanos.

**Contaminación:** las sustancias tóxicas se emiten y dispersan en el aire, se diseminan en el agua y se derraman en el suelo.

### 3. HUELLA DE CARBONO:

Los alcances 1-2-3 cubren: (fuente I Care and Consult, adaptado de GHG Protocol)



La huella de carbono se calcula de la siguiente manera, en función de todas las actividades de la empresa (véase el diagrama anterior):



#### 4. FIBRAS TEXTILES

**Fibra:** materia prima bruta procedente de la agricultura (vegetal, animal), de la transformación de productos petrolíferos (sintéticos) o de la transformación química de la celulosa de la madera (artificial).

##### Fibras naturales

A continuación se enumeran las fibras vegetales que existen en su estado natural:

- **Algodón:** utilizado en KIABI.

Algodón procedente de agricultura ecológica: cultivado con compost natural que sustituye a los fertilizantes y pesticidas químicos, no contiene OGM y el consumo de agua necesario para cultivarlo se reduce a la mitad en comparación con el algodón convencional. Su fibra se blanquea con peróxido de hidrógeno en lugar de cloro. Los tintes están hechos sin metales pesados ni otras sustancias cancerígenas. El cultivo del algodón orgánico permite a los productores mejorar sus condiciones laborales, su salud y la de quienes les rodean. La rotación de cultivos en la agricultura ecológica permite oxigenar la tierra y preservar su riqueza.

Algodón BCI Better Cotton Initiative es una organización sin ánimo de lucro que promueve mejores estándares en el cultivo y las prácticas del sector del algodón en 24 países. El algodón de los agricultores formados gracias a esta organización representa actualmente alrededor del 19 % de la producción mundial de algodón.

Algodón en conversión: algodón cultivado de acuerdo con estándares orgánicos pero que aún no está certificado; de hecho, un suelo tarda al menos 3 años en purificarse de los insumos químicos del pasado, antes de ser tierra orgánica certificada.

Algodón reciclado: algodón procedente del reciclado de prendas de vestir de algodón o de restos textiles de algodón. Después de cortar, moler y desfibrar los tejidos, vuelven a su estado inicial, el de la fibra de algodón.

Algodón convencional: algodón producido por métodos de cultivo clásicos, que requieren un alto aporte de agua y el uso de pesticidas y fertilizantes.

- **Lino:** utilizado en KIABI.
- **Yute, cáñamo, látex y sisal:** no se utilizan en KIABI.

Las fibras animales no se incluyen aquí porque no se utilizan en KIABI (excepto la lana, que representa el 0,4 % de nuestro uso de materiales).

##### Fibras químicas

Las fibras sintéticas obtenidas por reacciones químicas de hidrocarburos o almidón son las siguientes:

- **Poliéster:** utilizado en KIABI.
- **Poliamida:** utilizada en KIABI.
- **Acrílico:** utilizado en KIABI.
- **Elastano (comercializado como Spandex o Lycra):** utilizado en KIABI.

Los materiales sintéticos (poliéster, poliamida, acrílico, elastano) se pueden reciclar a partir de restos de producción textil, ropa usada, pero también botellas de plástico. De este modo, dan una segunda vida a los productos al final de su vida útil, al tiempo que reducen nuestra dependencia del petróleo como fuente de materias primas.

##### Fibras artificiales

Se obtienen a partir de pulpa vegetal llamada celulosa. Este material orgánico es tratado químicamente para obtener la llamada fibra artificial. Son las siguientes:

- **Viscosa:** utilizada en KIABI.
- **Lyocell, Tencel™, Eco Vero™:** utilizados en KIABI. Proceden de bosques gestionados de forma sostenible, utilizando disolventes no tóxicos en la fase de procesamiento, que se reciclan en un 97 %.
- **Cupro:** no utilizado en KIABI.

Fuente de información: Tricots et tissus de Pierre Hirsch, editorial Olifant (1988) Better Cotton Initiative, Global standard Gmbh.

#### 5. PROCESOS DE FABRICACIÓN

**Hilado:** proceso de transformación de una fibra en hilo mediante torsión para obtener fibras naturales (vegetales, animales). En el caso de las fibras artificiales o sintéticas, el proceso permite obtener directamente un filamento continuo, utilizado solo o en combinación con otras fibras.

**Tejer:** fabricar un tejido (también llamado tela) mediante el entrelazado de hilos (urdimbre en una dirección, trama en la otra) en ángulo recto mediante un telar.

**Tejido de punto:** fabricación de un tejido formando bucles entrelazados (puntos) en un hilo continuo mediante una máquina de punto.

**Lavado:** un proceso que permite dar a un producto terminado (confeccionado) un aspecto envejecido y descolorido. Se utiliza a menudo para los pantalones vaqueros. El lavado a la piedra (stone washed) se suele hacer en una máquina de tambor con agua y piedra caliza para dar suavidad y un desgaste visualmente irregular.

**Teñido:** acción de modificar el color de un soporte mediante la absorción de un tinte.

**Confección:** todas las operaciones de montaje de una prenda o accesorio. Los pasos principales son el corte de la tela y su ensamblaje en máquina de coser.

**Tela vaquera (toile de Nîmes):** tejido de algodón o mezcla de algodón, muy resistente gracias a su trama. Tradicionalmente es de dos tonos: urdimbre azul y trama blanca.

**Reglamento europeo REACH:** REACH es un reglamento de la Unión Europea adoptado para proteger mejor la salud humana y el medioambiente frente a los riesgos asociados a las sustancias químicas, promoviendo al mismo tiempo la competitividad de la industria química de la UE. También promueve métodos

alternativos para la evaluación del peligro de las sustancias con el fin de reducir el número de ensayos con animales.

**AFIRM:** Fundado en 2004, el grupo **Apparel and Footwear International RSL Management (AFIRM)** es una asociación de empresas de la ropa y el calzado que colaboran para promover la gestión de productos químicos en la cadena de suministro global. AFIRM está impulsada por el grupo Phylmar, una firma consultora de salud medioambiental, seguridad y sostenibilidad con sede en California. Desde sus inicios, AFIRM se ha centrado en la mejora continua de la gestión de productos químicos, incluida la eliminación gradual o la limitación de sustancias restringidas a los límites establecidos en prendas de vestir, calzado y accesorios.

## 6. ANÁLISIS DEL CICLO DE VIDA (ACV) DE UN PRODUCTO

El análisis del ciclo de vida es una **metodología de evaluación estandarizada** (ISO 14040 e ISO 14044) que permite calcular la huella de carbono de un producto desde la extracción de las materias primas necesarias para su fabricación hasta el final de su vida útil (vertedero, reciclaje, etc.), pasando por sus fases de uso, mantenimiento y transporte.

## 7. ECONOMÍA CIRCULAR

«**La economía circular** consiste en producir bienes y servicios de manera sostenible y limitar el consumo y el desperdicio de recursos y la producción de residuos. Se trata de pasar de una sociedad de usar y tirar a un modelo económico circular».

(Ministerio de Transición Ecológica y Cohesión Territorial)

## 8. LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

**Almacén logístico:** nuestros almacenes están ubicados en Lauwin Planque, en el norte de Francia, y en La Bisbal del Penedès (cerca de Barcelona, España).

**Plataforma de transporte:** para consolidar los flujos entre nuestros almacenes y las áreas de distribución regionales, trabajamos con plataformas de logística y transporte operadas por transportistas

asociados. Estas plataformas son el punto de partida para el transporte de distribución a cada tienda y pueden llevar a cabo algunas tareas logísticas.

## Definición de los indicadores

### 1. INDICADOR DE CARBONO

Las emisiones de carbono del año de referencia, en este caso 2022, se recalculan cada año en caso de cambios en la metodología. Por lo tanto, para 2022, hemos recalculado las emisiones de carbono en el alcance 1/2/3 de los siguientes cambios metodológicos:

#### Sobre la fabricación de los productos:

- Modificación de la metodología de ponderación de productos: hemos incluido una ponderación de los pesos de referencia según la talla (frente al peso medio de referencia en N-1).
- Modificación de ciertos factores de emisión de fabricación producidos para alinearlos con los factores de emisión utilizados en el cálculo de la puntuación medioambiental del producto.
- Se ha añadido un paso de lavado para los productos denim.
- Cambio de la metodología del Ecowash, que ahora se aplica en la etapa de lavado añadida anteriormente.

#### Sobre el uso de los productos por parte del consumidor:

- Alineación con las condiciones de uso de la Product Environmental Footprint (PEF) para las condiciones de lavado, secado y planchado.
- Modificación de la metodología de ponderación de productos: hemos incluido una ponderación de los pesos de referencia según la talla (frente al peso medio de referencia en N-1).

#### Sobre el fin de la vida útil de los productos:

- Modificación de la metodología de ponderación de productos: hemos incluido una ponderación de los pesos de referencia según la talla (frente al peso medio de referencia en N-1).

**Sobre el transporte a las tiendas:**

- Integración de las emisiones por paquete transportado transmitidas directamente por los transportistas a domicilio y en los puntos de recogida (frente a la estimación de kilómetros N-1).

**Sobre los desplazamientos de clientes y visitantes:**

- Distancia en kilómetros basada en la mediana de los datos de nuestros clientes (frente a la media en N-1).
- Número de tiendas visitadas y medios de transporte utilizados de acuerdo con una encuesta realizada a nuestros clientes.
- Los desplazamientos a los puntos de recogida y a domicilio se han trasladado al transporte a las tiendas.

**Porcentaje de reducción de las emisiones de carbono de alcance 1/2/3 en términos absolutos en comparación con 2022**

Definición: Evolución de las emisiones de carbono del grupo Bunsha International (es decir, actividades comerciales e inmobiliarias) para los alcances 1/2/3 en valor absoluto calculadas en Teq CO<sub>2</sub> en comparación con el año de referencia (2022).

Fórmula de cálculo: (Emisiones de carbono alcance 1/2/3 en valor absoluto en 2023) / (Emisiones de carbono alcance 1/2/3 en valor absoluto para el año de referencia 2022 recalcadas) -1.

**PORCENTAJE DE VARIACIÓN DE LAS EMISIONES DE CARBONO PARA LOS ALCANCES 1/2/3 EN LA INTENSIDAD DE KG DE PRODUCTOS COMPRADOS EN COMPARACIÓN CON 2022**

Definición: Evolución de la intensidad de carbono por kg de producto comprado respecto al año de referencia 2022.

Fórmula de cálculo de la intensidad de carbono por kg de producto comprado: Emisiones de carbono relacionadas con la fabricación de productos del año N / kilos de productos terminados comprados en N

Fórmula de cálculo: (Emisiones de carbono relacionadas con la

fabricación de productos del año N / kilos de productos terminados comprados en N) / (Emisiones de carbono relacionadas con la fabricación de productos del año 2022 recalcadas / kilos de productos terminados comprados en N) -1

**Porcentaje de evolución de las emisiones de carbono para los alcances 1/2/3 en intensidad de producto vendido respecto a 2018**

Definición: Evolución de la intensidad de carbono por producto vendido respecto al año de referencia 2018

Fórmula de cálculo de la intensidad de carbono por el producto vendido: Emisiones de carbono del año N / cantidades totales vendidas en N

Fórmula de cálculo: (Emisiones de carbono del año N / cantidades totales vendidas en N) / (Emisiones de carbono del año 2018 / cantidades totales vendidas en 2018) -1

**2. INDICADORES DE AGUA****Consumo de agua de nuestras propias instalaciones**

Definición: consumo de agua de todos nuestros sitios de propiedad directa (tiendas, almacenes y oficinas).

**3. INDICADORES DE ECODISEÑO (PRODUCTOS CON IMPACTO MEDIOAMBIENTAL REDUCIDO)****Alcance de todos los indicadores:**

- ➔ Campañas de compra para las colecciones de verano e invierno de N
- ➔ Cantidad pedidas
- ➔ Exclusiones: productos defectuosos identificados durante los controles de calidad de fábrica que, por lo tanto, KIABI no compra
- ➔ Capa superior

**Proporción de los artículos textiles comprados con un nivel de ecodiseño 1**

Definición: uso de un mínimo de materiales con un impacto medioambiental reducido

**1. Productos textiles:**

Las partes textiles de los productos deben contener un mínimo de fibras con un impacto medioambiental reducido:

- Un mínimo del 50 % de algodón orgánico, algodón en conversión a algodón orgánico, algodón BCI, algodón USTCP, fibras sintéticas recicladas o fibras celulósicas con impacto medioambiental reducido (Viscosa Eco Vero ®, Tencel® Lyocell, Tencel ® Modal)
- O un mínimo del 20 % de algodón reciclado, lana reciclada o lana certificada por RWS

**2. Productos no textiles:**

El producto debe contener al menos un 20 % de materiales con un impacto medioambiental reducido (la mayoría de las veces materiales reciclados) en el peso total del producto.

**3. Calzado:**

En el caso de las zapatillas: deben contener al menos un 20 % de materiales con un impacto medioambiental reducido (la mayoría de las veces materiales reciclados) en el peso total de la zapatilla.

Para el resto de tipos de calzado: el 50 % de la suela debe estar fabricada con materiales reciclados.

NB 1: un accesorio fabricado con materiales reciclados no es suficiente para categorizar un producto como producto con un impacto medioambiental reducido.

NB 2: no se realiza ninguna comunicación sobre los productos que contienen algodón BCI o algodón USTCP porque el proceso de trazabilidad es insuficiente.

Fórmulas de cálculo: Total de productos textiles que utilizan un material principal con un impacto medioambiental reducido (véase la definición anterior) pedidos / Total de productos pedidos

### Proporción de los artículos textiles comprados con un nivel de ecodiseño 2

Definición: un producto que utiliza procesos industriales que consumen menos energía, consumen menos agua o tienen menos impacto en el medioambiente.

Los procesos que se consideran de menor impacto son los siguientes:

- Ecowash (lavados con un menor consumo de agua, productos químicos o energía)
- Eco-dye (el método de teñido que consume menos agua y energía)
- Undyed (sin teñir, por lo tanto, sin ningún tipo de lejía o tinte)
- Acabado duradero de las telas
- Tough cotton® (tecnología que alarga la vida útil de los productos)
- Low waste pattern (optimización del diseño para aprovechar al máximo la tela y que se desperdicie la menor cantidad de tejido posible en el corte)
- Cola a base de agua

Fórmula de cálculo: Total de productos textiles que han sido sometidos a un proceso con un impacto medioambiental reducido pedidos/Total de productos pedidos

### Proporción de los artículos textiles comprados con un nivel de ecodiseño 1+2

Definición: Proporción de piezas de ropa que incluyen un material con un impacto medioambiental reducido (nivel 1) y acumulativamente un proceso con un impacto medioambiental reducido (nivel 2)

Fórmula de cálculo: Total de productos textiles que utilizan un material con un impacto medioambiental reducido y que han sido sometidos a un proceso con un impacto medioambiental reducido pedidos / Total de productos pedidos

### Desglose de los materiales (en tonelajes de productos terminados comprados)

Definición: desglose de las materias primas utilizadas en % de los tonelajes de productos terminados comprados

#### Alcance:

- Todos los materiales de los productos comprados.
- No se incluyen los restos que se originan durante la producción del material o durante la fase de corte.

## 4. INDICADORES DE TRANSPORTE

### Distribución de nuestros modos de transporte a los almacenes

Definición: Proporción de los modos de transporte a los almacenes para las cantidades compradas como grandes importaciones y transportadas a nuestros almacenes.

### Desglose de nuestros modos de transporte a los almacenes

Proporción de nuestros modos de transporte a los almacenes para las cantidades transportadas desde nuestros almacenes hasta las tiendas, puntos de recogida y web.

## 5. INDICADORES DE CIRCULARIDAD

### Proporción de productos de segunda mano de la totalidad de artículos vendidos por KIABI

Definición: Proporción de cantidades vendidas de 2.º mano (córners, plataforma C2C, Kidkanai) sobre el total de cantidades vendidas del grupo.

Fórmula de cálculo: cantidades totales vendidas de 2.º mano (córners, plataforma C2C, Kidkanai) / cantidades totales vendidas por el grupo, ya sea a través de nuestras sucursales, filiales, franquiciados, tiendas shop in shop o a través del sitio web a las que se suman las cantidades vendidas en la plataforma C2C y las de la concept store Kidkanai.

#### Alcance:

- Córners de 2.º mano en todos los países.
- Página web personalizada (plataforma C2C) que incluye las piezas vendidas por Rediv en el sitio.

→ Kidkanai, incluyendo las piezas vendidas en venta (C2C).

### Toneladas de artículos textiles y zapatos recogidos

Definición: Toneladas de artículos textiles y calzado recogidas de nuestros clientes en todos los países en los que estamos presentes a través de los siguientes dispositivos:

- Recogida en tiendas y en los aparcamientos de nuestras tiendas (incluidas las recogidas gestionadas por un socio externo como Le Relais).
- Recogida realizada por el departamento de innovación a través de KIABI Bags, La Kollect, Kollect Kids (en escuelas) y Kollect mag.

### Porcentaje de productos textiles recogidos en Francia frente a los productos comercializados (vendidos) en N-2

Fórmula de cálculo: toneladas de artículos textiles y calzado recogidas / toneladas de artículos textiles y calzado comercializados en N-2.

Consideraremos una vida útil promedio de nuestros productos de 2 años, por lo que compararemos nuestros lanzamientos al mercado N-2 con nuestra recogida N.

#### Alcance:

- En todo el mundo, incluidas las ventas realizadas a través de franquicias, afiliados, shop in shop y sitio web.

## Compromiso social con todas las personas

Los datos sociales corresponden exclusivamente a personas con contrato de trabajo en una entidad del Grupo KIABI.

No incluyen datos relativos a trabajadores temporales, autónomos, proveedores de servicios o becarios. Por otro lado, se incluyen en

el alcance los programas de formación en alternancia (contratos de formación profesional y contratos de aprendizaje).

El alcance incluye a todos los Kiabers de las entidades del grupo consolidado de Bunsha International. Los ámbitos de aplicación, si los hubiera, se enumeran para cada uno de los indicadores que figuran a continuación.

Las bases para calcular la mayoría de los indicadores cuantitativos proviene de nuestro software de gestión de nóminas CEGEDIM (Smart RH). Este software se utiliza en Francia y España. Para otros países, utilizamos diferentes programas o recurrimos a proveedores que se encargan de la gestión de nóminas.

## Definiciones de los términos utilizados

**AMFORI:** asociación comercial líder en el mundo para un comercio abierto y sostenible. Permite a sus miembros compartir los resultados de sus auditorías sociales (a través de BSCI) y medioambientales (a través de BEPI).

**LA AUDITORÍA SOCIAL** es una evaluación del cumplimiento social de las fábricas cuyo resultado, en forma de informe de auditoría que incluye una puntuación, proporciona información sobre el rendimiento social de los proveedores. Incluye una visita a la fábrica (sin previo aviso), la verificación de los documentos con las pruebas justificativas sobre la base de una muestra, entrevistas con los trabajadores, etc. Los temas de las auditorías sociales son la seguridad de los edificios, el pago justo de las horas trabajadas, la inexistencia de trabajos forzados, etc.

## Definiciones de indicadores

### 1. INDICADORES SOCIALES

#### Plantilla a 31/12/N

Es el número total de Kiabers (contratos temporales/contratos indefinido y los programas de formación en alternancia) presentes a 31/12/N. Los Kiabers se clasifican según su sexo, edad, categoría socioprofesional (dirección = directivos / empleados = empleados + supervisores), tipo de contrato (contrato indefinido o temporal) y horario de trabajo (tiempo completo o parcial).

Diferencia entre un contrato a tiempo completo y a tiempo parcial: en el caso de un contrato a tiempo parcial, el Kiaber trabaja menos de la jornada laboral legal del país. Por ejemplo, en Francia la base es de 35 horas, mientras que en Portugal es de 40 horas.

#### GPTW® Trust Index

El Trust Index™ de Great Place to Work® es una encuesta anónima realizada a todos los empleados contratados por la empresa que tiene en cuenta cinco aspectos (credibilidad, respeto, equidad, orgullo y convivencia) y que ayuda a determinar lo que define una experiencia de calidad para los empleados.

Le Trust Index™ es la base del programa de certificación Great Place to Work® junto con el informe Culture Brief™.

#### Rotación

Fórmula de cálculo:  $((N.º \text{ de salidas en el año } N + \text{número de contrataciones en el año } N) / 2) / \text{plantilla a } 01/01/N$

Alcance: solo empleados con contrato indefinido

- Por salidas se entiende el número de personas que han abandonado una de nuestras entidades francesas durante el año. Las salidas del 31/12 no se tienen en cuenta como salidas en el año N, sino en el año N+1.
- Por contratación se entiende el número de personas contratadas durante el año con contratos indefinidos. Cada contrato cuenta como una unidad, ya sea a tiempo completo o parcial.
- Las salidas/contrataciones no incluyen cambios en el tipo de contrato y traslados dentro de la empresa en un mismo país.

#### Índice de absentismo

Definición: corresponde al número de días naturales de ausencia en relación con el número de días naturales teóricamente trabajados.

Fórmula de cálculo:  $n.º \text{ de días naturales de ausencia} / n.º \text{ de días naturales de contrato en } N$

- El número de días laborables naturales teóricos corresponde al número de días laborables contractuales si no se hubieran producido ausencias durante el año. El número de días naturales equivale a 365. El número de días laborables teóricos corresponde a 365 – vacaciones – festivos.

- En el caso de los empleados directivos, el cálculo es el siguiente:  $n.º \text{ de días naturales de ausencia} (\text{número de días de ausencia por maternidad, accidentes de trabajo, etc.}) / n.º \text{ de días naturales (una persona presente todo el año} = 365)$ . Se tienen en cuenta todo tipo de ausencias.

Alcance: contratos indefinidos

Atención:

- En Bélgica, el número de días naturales se entiende como el número de días contractuales teóricos trabajados en el mes, es decir, 20 días de media, mientras que en el resto de países, el número de días naturales es de 28.
- Italia calcula su índice de absentismo en función del número de horas y no del número de días. Este país no se tiene en cuenta en el indicador mundial consolidado.

→ El indicador consolidado no incluye los datos de Italia.

#### Índice de frecuencia de accidentes laborales

Fórmula de cálculo:  $n.º \text{ accidentes de trabajo} * 1.000.000 / n.º \text{ de horas trabajadas}$

Accidentes de trabajo con una ausencia de más de 1, que llevan varios días de baja. Índice expresado en relación con las horas trabajadas. Los accidentes sucedidos durante los desplazamientos al trabajo no se incluyen en el cálculo.

## Desafíos y estrategia

## Actuar en favor del medioambiente

## Compromiso social con todas las personas

## Gobernanza y creación de valor

## Anexos

## Metodología y definiciones

Se clasifican por tipo de actividad: tienda, oficina central, almacén, inmobiliaria.

Alcance: contratos temporales, indefinidos y programas de formación en alternancia

### Porcentaje de enfermedades profesionales

Fórmula de cálculo: n.º de enfermedades profesionales declaradas en N / N.º de empleados a 31/12/N.

Alcance: contratos temporales, indefinidos y programas de formación en alternancia

## 2. INDICADORES DE DIVERSIDAD

### Porcentaje de empleados con discapacidad

Fórmula de cálculo: N.º de empleados reconocidos como discapacitados a lo largo del año\*100 / (n.º total de contratos indefinidos y temporales, incluidas los en programas de formación en alternancia presentes a 31/12/2022)

El concepto de trabajador discapacitado puede variar de un país a otro en función de la legislación (especialmente en Asia).

Alcance: contratos indefinidos, temporales (aumento de actividad, sustitución) y los programas de formación en alternancia

→ Ok todos los países de KIABI.

## 3. INDICADORES DE GESTIÓN DE COMPETENCIAS

### Número de horas de formación

Definición: número de horas de formación realizadas (en función de los participantes) por los empleados de KIABI en 2022. Solo se tienen en cuenta los empleados que han firmado la hoja de asistencia.

En el caso de los cursos de e-learning: seguimiento realizado en el momento real de la conexión (no superando el 150 % de las horas

teóricas) + con el estado «completada» de la formación (obtenida tras la evaluación al final de la formación). Quedan excluidas las horas realizadas en N-1 para cursos de formación completados en 2022.

- Cursos de formación internos o externos a la organización, con o sin calificación, con distinción entre los cursos de formación no obligatorios considerados como mejora de competencias.
- Cursos de formación «no obligatorios» que se han tenido en cuenta: todos los cursos de formación, independientemente de si son en formato físico, digital o híbrido, relacionados con la mejora de las competencias de los empleados (es decir, todas las competencias relacionadas con el desarrollo empresarial y personal/comportamiento), excluida la formación obligatoria. Aquí se incluye la formación académica, las tutorías y las mentorías.

Alcance: contratos temporales/indefinidos y los programas de formación en alternancia. Quedan excluidos los becarios

→ Ok todos los países de KIABI.

### Proporción de empleados de KIABI han recibido formación para mejorar sus competencias:

Fórmula de cálculo: N.º de Kiabers que han recibido formación, con al menos un curso no obligatorio en el año N / N.º de matriculados con contrato durante el año 2022, independientemente de su duración.

Alcance: contratos indefinidos, temporales, programas de formación en alternancia. Quedan excluidos los becarios

→ Ok todos los países de KIABI.

## 4. INDICADORES DE INSERCIÓN LABORAL

### N.º de personas que han entrado en nuestros programas de inserción laboral

Definición: n.º de personas que han accedido recientemente a un programa de inserción por actividad económica y/o a otro programa de inserción laboral. Estos programas permiten a personas que se han alejado del mercado laboral (re)conectar con el mundo laboral y empresarial, gracias a una entidad externa competente con la que está asociada KIABI en un proyecto de intercambio de competencias, conocimientos y habilidades sociales.

Este indicador se ha contabilizado de forma acumulada desde 2020.

### Número de salidas dinámicas

Definición: las salidas dinámicas generadas por los Petits Magasins son:

- ➔ Empleos a largo plazo:
  - Contratos indefinidos, incluidos los contratos indefinidos de empresas adaptadas y agencias de empleo
  - Contrato temporal de más de 6 meses
  - Creación de empresas
- ➔ Empleos de transición:
  - Contrato temporal inferior a 6 meses al finalizar el contrato de inserción
  - Cesión temporal inferior a 6 meses
  - Contratos subvencionados
- ➔ Salidas positivas (formación con calificación o previa a la calificación, contratación en otras estructuras de inserción a través de la actividad económica)

### N.º de familias beneficiarias

Definición: Número de tickets generados por los Petits Magasins en el año N.

## 5. INDICADORES DE CUMPLIMIENTO SOCIAL

Quedan excluidos del **alcance de las auditorías sociales y medioambientales de 2023:**

- Las fábricas de nivel 2 que no nuestros proveedores de nivel 1 no nos hayan declarado.
- Todos nuestros proveedores de nivel 3.

En términos generales, los proveedores se incluyen en el repertorio de proveedores de acuerdo con la ubicación de la oficina de compras que los administra. Las fábricas, por otro lado, se incluyen en el repertorio respectivo en función del país de producción. Esta es la razón por la que algunos países como Camboya, Vietnam, Myanmar y Etiopía tienen fábricas pero ningún proveedor incluido en el repertorio de proveedores.

Las auditorías permiten emitir una puntuación entre A y B sobre la base de la evaluación de 10 temas. Las puntuaciones se calculan de la siguiente manera:

**A** = ≥ 95 % Y sin «zero tolerance violation» Y sin ningún punto crítico  
Y A>=6, C=0, D=0, E=0

**B** = ≥ 90 % Y sin «zero tolerance violation» Y sin ningún punto crítico  
Y C=<3, D=<2, E=0

**C** = ≥ 85 % Y sin «zero tolerance violation» Y sin ningún punto crítico  
Y D=<3, E=0

**D** = 80 % Y sin «zero tolerance violation» Y sin ningún punto crítico  
«zero tolerance violation» <=2 y E=<3

**E** = 80 % Y/O una «zero tolerance violation» Y/O un punto crítico  
«zero tolerance violation» >2 Y/O E>3

#### Porcentaje de fábricas auditadas y evaluadas de conformidad con el nivel más alto de rendimiento en cumplimiento de los estándares sociales y normativos internacionales (A+B)

**Definición:** Proporción de fábricas de nivel 1 y 2 que obtuvieron una calificación A o B en la última auditoría social realizada durante el año.

Alcance:

→ Fábricas de nivel 1 y 2

→ Solo proveedores de grandes importaciones (los importadores no se incluyen en este cálculo)

#### Porcentaje de nuevas fábricas incluidas en nuestra lista calificadas y evaluadas con A, B o C

**Definición:** proporción de nuevas fábricas incluidas en nuestra lista (recién incluidas = creadas en el sistema) auditadas a nivel social con calificación A, B o C

Alcance: Solo nivel 1.

#### Porcentaje de fábricas con una calificación E que mejoraron o cuya relación con KIABI terminó en un plazo de 6 meses

**Definición:** Proporción de fábricas que obtuvieron una calificación E en una auditoría social entre julio de 2022 y junio de 2023 y que mejoraron la calificación o cuya relación con KIABI terminó en un plazo de 6 meses.

Alcance: Solo para fábricas de nivel 1 existentes.

## Gobernanza y creación de valor

### Definiciones de indicadores

#### % de empleados accionistas

**Definición:** Proporción de los empleados accionistas en relación con todos los empleados del grupo KIABI

**Fórmula de cálculo:** Número de empleados con contrato indefinido que son accionistas a 31/12 del año de referencia N / Número de empleados con contrato indefinido con + 4 meses de antigüedad a 31/12 del año de referencia N

#### % de mujeres directivas

**Definición:** Proporción de mujeres en puestos de liderazgo entre todos los responsables

**Alcance:** para las unidades de negocio que no forman parte del comité de dirección de los denominados servicios de «apoyo», es decir, los siguientes comités de gestión:

- Comité de dirección del grupo (dependiente de Patrick S)
- Comité de dirección de la unidad de negocio minorista Francia
- Comité de dirección de la unidad de negocio minorista Bélgica
- Comité de dirección de la unidad de negocio minorista España
- Comité de dirección de la unidad de negocio minorista Italia
- Comité de dirección de la unidad de negocio minorista Portugal
- Comité de dirección de la inmobiliaria Etxia

#### Índice de igualdad de género

Este índice fue creado por el Gobierno francés en 2018. Su objetivo es permitir a las empresas medir su progreso en materia de igualdad profesional. La puntuación máxima es de 100 puntos. Por debajo de los 75 puntos, las empresas deben implantar acciones correctivas o arriesgarse a ser sancionadas económicaamente. Para calcular la puntuación se utilizan 5 indicadores:

- La eliminación de la brecha salarial entre mujeres y hombres en puestos y edades comparables, 40 puntos.
- Las mismas oportunidades para conseguir un aumento de sueldo para las mujeres que para los hombres, 20 puntos.
- Las mismas oportunidades para conseguir un ascenso para las mujeres que para los hombres, 15 puntos.
- Todas las empleadas que se reincorporan de su baja de maternidad reciben un aumento de sueldo si el aumento se ha producido durante su ausencia, 15 puntos.
- Al menos cuatro mujeres u hombres entre los 10 salarios más altos, 10 puntos.
- Solo datos de Francia

#### % de volumen de negocios sostenible

**Definición:** Volumen de negocio sostenible (área medioambiental) que mide nuestra capacidad para modificar el modelo KIABI (actividad minorista) en torno a nuestras dos palancas clave de transformación medioambiental:

- El volumen de negocio generado por los productos ecodiseñados de primera (nivel de ecodiseño 1+2+3).
- El volumen de negocio generado por las actividades y servicios circulares (hasta la fecha, segunda vida y alquiler).

**Alcance:** ventas realizadas durante el año de referencia para todas las colecciones combinadas, ya sea a través de nuestras sucursales, afiliadas, franquicias o a través de nuestras plataformas digitales (sitio web de KIABI, Segunda Mano by KIABI o marketplace).

- El volumen de negocio de nivel de ecodiseño 1+2+3 corresponde a referencias que cumplen los criterios 1 (materiales con impacto menor), 2 (procesos con impacto menor) y 3 (nivel 1 de fabricación ecológica).
- El volumen de negocio de segunda mano de nuestros cónners, la plataforma de venta entre particulares y nuestra concept store Kidkanai.
- El volumen de negocio de nuestro alquiler de prueba.

#### Índice de cumplimiento en ciberseguridad «expuesto» (índice Bitsight)

**Definición:** Calculado por la agencia de calificación Bitsight: 18 puntos de control divididos en cuatro categorías sobre todos nuestros servicios de TI expuestos en Internet. Por cada control realizado, se otorga un número de puntos, hasta una nota final de 820. A continuación, el indicador se cambia a un porcentaje para una mejor comprensión.

**Alcance:** todas las aplicaciones y departamentos informáticos expuestos en internet para todo el grupo KIABI con países.

Mide nuestro cumplimiento en relación con los siguientes 18 puntos de control de ciberseguridad:

- Compromised Systems (5 puntos de control: Botnet Infections / Spam Propagation / Malware Servers / Unsolicited Communications /

Potentially Exploited)

- Diligence (11 puntos de control: SPF / DKIM / SSL Certificates / SSL Configurations / Open Ports / Web Application Headers / Patching Cadence / Insecure Systems / Server Software / DNSSEC / Web Application Security)

- User Behavior (1 punto de control: File Sharing)
- Public Disclosures (1 punto de control: Security Incidents)

#### Net Promoter Score (NPS)

Véase la explicación de los términos utilizados en el modelo de negocio.





61, rue Henri Regnault  
92400 Courbevoie  
Francia  
Tel: +33 (0)1 49 97 60 00 - Fax: +33 (0)1 49 97 60 01  
www.mazars.fr

## BUNSHA INTERNACIONAL

### Informe del organismo tercero independiente (tercera parte) sobre la verificación de la declaración consolidada de información no financiera que figura en el informe de gestión

Ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 2023

#### BUNSHA INTERNACIONAL

Sociedad Anónima con un capital de 416.454.146

Domicilio social: 100 rue du Calvaire, 59519 HEM

Registro Mercantil del Área Metropolitana de Lille 513.907.261

**Informe del organismo tercero independiente sobre la verificación de la declaración consolidada de información no financiera que figura en el informe de gestión**

Ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 2023

A los accionistas:

En nuestra calidad de organismo tercero independiente, miembro de la red Mazars, auditor de la sociedad BUNSHA INTERNATIONAL, acreditado por el COFRAC Inspección con el número 3-1895 (acreditación cuya lista de sedes y alcance se encuentran disponibles en [www.cofrac.fr](http://www.cofrac.fr)), hemos realizado trabajos destinados a formular un dictamen motivado que exprese una conclusión de seguridad moderada sobre la información histórica (comprobada o extrapolada) de la declaración consolidada de información no financiera (en lo sucesivo, la "Información" y la "Declaración", respectivamente), elaborada según los procedimientos de la Entidad (en lo sucesivo, el "Sistema de Referencia"), para el ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 2023, presentada en el informe de gestión de BUNSHA INTERNATIONAL (en lo sucesivo, la "Sociedad" o la "Entidad"), en aplicación de lo dispuesto en los artículos L. 225 102-1, R. 225-105 y R. 225-105-1 del código de comercio.

#### Conclusión

A partir de los procedimientos que hemos aplicado, conforme a lo detallado en la parte "Naturaleza y alcance de los trabajos", y los datos que hemos reunido, no hemos observado ninguna anomalía significativa que permita poner en cuestión el hecho de que la declaración de información no financiera se ajusta a las disposiciones reglamentarias aplicables y que la Información, en su conjunto, ha sido presentada de manera veraz de acuerdo con el Sistema de Referencia.

#### Elaboración de la declaración de información no financiera

La ausencia de un marco de referencia generalmente aceptado y utilizado de forma habitual o de prácticas establecidas en las que basarse para evaluar y medir la Información permite utilizar técnicas de medida diferentes, pero aceptables, que pueden afectar a la comparabilidad entre las entidades y a lo largo del tiempo.

Por consiguiente, la Información se debe leer y entender con relación al Sistema de Referencia, cuyos elementos significativos están presentes en la Declaración.

## Límites inherentes a la elaboración de la Información

La Información puede estar sujeta a una incertidumbre inherente al estado de los conocimientos científicos o económicos y a la calidad de los datos externos utilizados. Cierta información es sensible a las decisiones metodológicas, hipótesis o estimaciones utilizadas para su elaboración y presentadas en la declaración.

## Responsabilidad de la Sociedad

Corresponde al Consejo de Administración:

- seleccionar o establecer criterios apropiados para la elaboración de la Información;
- elaborar una Declaración conforme a las disposiciones legales y reglamentarias, incluida una presentación del modelo de negocio, una descripción de los principales riesgos no financieros, una presentación de las políticas aplicadas con relación a dichos riesgos, así como los resultados de esas políticas, incluidos indicadores clave del rendimiento;
- así como poner en marcha el control interno que considere necesario para la elaboración de una Información que no contenga anomalías significativas, ya procedan estas de fraudes o se deriven de errores.

La Declaración ha sido elaborada aplicando el Sistema de Referencia de la Entidad mencionado anteriormente.

## Responsabilidad del Organismo Tercero Independiente

A nosotros nos corresponde, a partir de nuestros trabajos, formular un dictamen motivado que exprese una conclusión de seguridad moderada sobre:

- la conformidad de la Declaración con las disposiciones previstas en el artículo R. 225-105 del código de comercio;
- la veracidad de la información histórica (comprobada o extrapolada) comunicada en aplicación del punto 3.<sup>º</sup> del apartado I y del apartado II del artículo R. 225-105 del código de comercio, es decir, los resultados de las políticas, incluidos indicadores claves del rendimiento, y las acciones, con relación a los principales riesgos.

Hemos realizado trabajos destinados a formular un dictamen motivado que exprese una conclusión de seguridad moderada sobre la información histórica, comprobada o extrapolada.

Dado que a nosotros nos corresponde formular una conclusión independiente sobre la Información elaborada por la dirección, no estamos autorizados a intervenir en la elaboración de dicha Información, ya que ello podría poner en riesgo nuestra independencia.

No nos corresponde pronunciarnos sobre:

- el respeto por parte de la Entidad de las demás disposiciones legales y reglamentarias aplicables (en particular, en materia de plan de vigilancia y lucha contra la corrupción y la evasión fiscal);
- la conformidad de los productos y servicios con la reglamentación aplicable.

## Disposiciones reglamentarias y doctrina profesional aplicable

Nuestros trabajos descritos a continuación han sido efectuados conforme a lo dispuesto en el artículo A. 225 1 y siguientes del código de comercio, la doctrina profesional de la Compañía Nacional de Auditores relativa a esta intervención, que sirve como programa de verificación, y la norma internacional ISAE 3000 (revisada).

El presente informe ha sido redactado conforme al programa de verificación RSE\_SQ\_Programme de vérification\_DPEF.

## Independencia y control de calidad

Nuestra independencia está definida por las disposiciones previstas en el artículo L. 822-11 del código de comercio y el código deontológico de la profesión de auditor. Por otra parte, hemos aplicado un sistema de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados destinados a garantizar el respeto de los textos legales y reglamentarios aplicables, las normas deontológicas y la doctrina profesional de la Compañía Nacional de Auditores relativa a esta intervención.

## Medios y recursos

Nuestros trabajos han movilizado las competencias de 6 personas y se han desarrollado entre noviembre de 2023 y marzo de 2024, con una duración total de la intervención de 6 semanas.

Hemos realizado una decena de entrevistas a las personas responsables de la elaboración de la Declaración, que representan, en concreto, a las direcciones jurídicas, control de gestión de RSE, recursos humanos, colección, ética y conformidad y compras del Grupo.

## Naturaleza y alcance de los trabajos

Hemos planificado y efectuado nuestros trabajos teniendo en cuenta el riesgo de anomalías significativas sobre la Información.

Consideramos que los procedimientos que hemos seguido ejerciendo nuestro criterio profesional nos permiten formular una conclusión de seguridad moderada:

- hemos tenido conocimiento del conjunto de las entidades incluidas en el perímetro de consolidación y de la exposición de los principales riesgos;

- hemos valorado el carácter apropiado del Sistema de Referencia en términos de su pertinencia, exhaustividad, fiabilidad, neutralidad y carácter comprensible, teniendo en cuenta, en su caso, las buenas prácticas del sector;
- hemos comprobado que la Declaración contempla cada categoría de información prevista en el apartado III del artículo L. 225 102 1 en materia social y ambiental;
- hemos comprobado que la Declaración presenta la información prevista en el apartado II del artículo R. 225-105 cuando esta es pertinente con relación a los principales riesgos e incluye, en su caso, una explicación de los motivos que justifican la ausencia de la información exigida en el 2.º párrafo del apartado III del artículo L. 225-102-1;
- hemos comprobado que la Declaración presenta el modelo de negocio y una descripción de los principales riesgos asociados a la actividad del conjunto de las entidades incluidas en el perímetro de consolidación, incluidos, cuando ello resulta pertinente y proporcionado, los riesgos generados por sus relaciones de negocios, sus productos o sus servicios, así como las políticas, las acciones y los resultados, incluidos indicadores clave del rendimiento correspondientes a los principales riesgos;
- hemos consultado las fuentes documentales y hemos realizado entrevistas para:
  - valorar el proceso de selección y validación de los principales riesgos, así como la coherencia de los resultados, incluidos los indicadores clave del rendimiento aplicados, con relación a los principales riesgos y políticas presentados; y
  - corroborar la información cualitativa (acciones y resultados) que hemos considerado más importante presentada en el Anexo 1. Nuestros trabajos han sido realizados a nivel de la Entidad consolidante;
- hemos comprobado que la Declaración cubre el perímetro consolidado, es decir, el conjunto de las entidades incluidas en el perímetro de consolidación conforme al artículo L. 233 con los límites especificados en la Declaración;
- hemos tenido conocimiento de los procedimientos de control interno y de gestión de riesgos aplicados por la Entidad y hemos valorado el proceso de recopilación destinado a la exhaustividad y veracidad de la Información;
- para los indicadores clave del rendimiento y los demás resultados cuantitativos que hemos considerado más importantes presentados en el Anexo 1, hemos aplicado:
  - procedimientos analíticos consistentes en verificar la correcta consolidación de los datos recopilados, así como la coherencia de su evolución;
  - pruebas de detalle basadas en sondeos u otros medios de selección, consistentes en verificar la correcta aplicación de las definiciones y procedimientos y en cotejar los datos de los documentos justificativos. Estos trabajos han sido realizados en una selección de entidades contribuidoras<sup>1</sup> y cubren entre el 60 y el 100% de los datos consolidados seleccionados para estas pruebas;

- hemos valorado la coherencia del conjunto de la Declaración respecto a nuestro conocimiento del conjunto de las entidades incluidas en el perímetro de consolidación.

Los procedimientos aplicados en el marco de una misión de seguridad moderada son menos amplios que los exigidos para una misión de seguridad razonable efectuada según la doctrina profesional de la Compañía Nacional de Auditores; una seguridad de nivel superior habría requerido unos trabajos de verificación más amplios.

El organismo tercero independiente,  
Mazars SAS

París La Défense, a 12/04/2024

Eddy Bertelli  
Socio

Edwige Rey  
Socia de RSE y  
Desarrollo Sostenible

<sup>1</sup> Kiabi Francia, Kiabi España y Kiabi Portugal

## Anexo 1: Información revisada en pruebas de detalle

### Información cualitativa (acciones y resultados) relativa a los principales riesgos

Revisada a nivel de la entidad consolidante:

Oferta de productos accesibles

- Reducción, reutilización y reciclaje
- Cambio climático
- Acceso a materias primas
- Trazabilidad
- Condiciones de trabajo
- Transformación del modelo
- Consumo de agua
- Contaminación del agua
- Erosión de la biodiversidad
- Seguridad informática
- Sostenibilidad de los productos
- Gestión de competencias y atractivo
- Contaminación del suelo
- Uso del suelo
- Igualdad e inclusión

• **Indicadores cuantitativos que incluyen los indicadores clave del rendimiento**

Indicador	Perímetro de auditoría
Empleados por país, hombres/mujeres, tiempo completo/tiempo parcial, contrato fijo/contrato temporal.	Francia, España, Portugal, Grupo
Facturación.	Francia, España
Índice de frecuencia de accidentes laborales.	España
% de colaboradores con enfermedad profesional.	España
Índice de absentismo .	España
Número de despidos diferenciados por sexo, edad y categorías profesionales.	España
Proporción del salario base y de la remuneración de las mujeres respecto a los hombres.	España
Proporción de remuneración total anual.	España
% de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	España
% de satisfacción de los Kiabers.	España

Indicador	Perímetro de auditoría
% de Kiabers formados para mejorar sus competencias.	Francia, Portugal, Grupo
% de nuevas plantas de categoría 1 referenciadas evaluadas por una auditoría social como A, B o C.	Grupo
% de plantas existentes evaluadas como E socialmente cuyo nivel ha mejorado, o bien la relación ha cesado en un plazo de 6 meses (categoría 1).	Grupo
% de fábricas de categoría 1 y 2 de Textil, accesorios y calzado auditadas en el aspecto social evaluadas como A y B.	Grupo
Igualdad Mujer / Hombre en los puestos directivos.	Grupo
% de Kiabers accionistas.	Grupo
N.º de personas que han accedido a la inserción profesional por la actividad de los Petits Magasins (total).	Grupo
Índice de satisfacción de los clientes (NPS) de Kiabi.	Grupo
Exposed Security Rating (o Nivel de Ciberseguridad Expuesto).	Grupo
% de colaboradores con capacidades diferentes.	Francia, España, Grupo
Distribución de la cuota de colaboradores con capacidades diferentes por unidad de negocio.	Francia, Grupo
% de oferta ecodiseñada excepto artículos excluidos web, calzado y accesorios (en unidades).	Grupo
% de evolución de las emisiones de carbono en valor absoluto respecto a 2022, todos los alcances 1, 2 y 3.	Grupo
Consumo de agua en m3 (únicamente en el alcance 1 y 2 para 2023).	Grupo
% de cantidades vendidas de 2.ª mano omnicanal.	Grupo
% de productos comprados a nivel de hoja 1 y a nivel de hoja 2.	Grupo
% de evolución de las emisiones de carbono del alcance 1/2/3 en intensidad de producto respecto a 2018.	Grupo
Volumen de textiles y calzado usados recogidos de nuestros clientes (o ciudadanos).	Grupo
Distribución de las compras de fibras en peso.	Grupo
% de volumen de negocio sostenible.	Grupo

# KIABI

Contacta con RSC KIABI

rsekiabi@kiabi.com

Diseño editorial

INSPIRE - Marie Chaillou - mariechaillou@inspire-transition.com

Diseño gráfico

LIKE A FREE - Eric Deregnaucourt - eric@likeafree.fr



[kiabi.com](http://kiabi.com)