

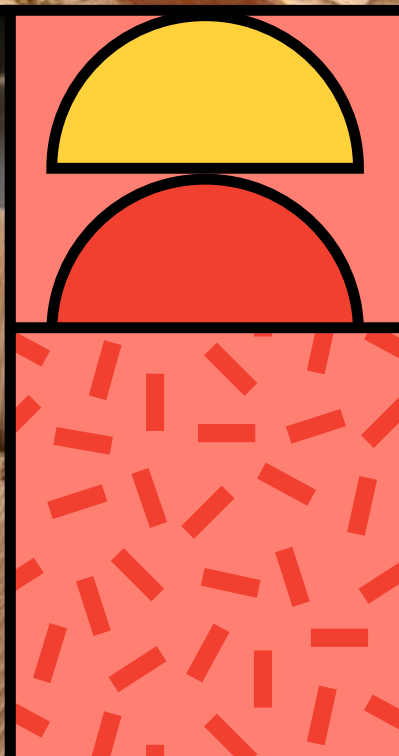
Dossier  
de prensa  
2025

# Cities Guide

Lo más destacado de

## KIARI VILLAGE

# KIABI VILLAGE



# EDITORIAL

**Patrick Stassi,**  
Director General de KIABI

**El año pasado confirmó que nuestro sector está evolucionando a un ritmo vertiginoso, impulsado por las expectativas cada vez mayores de los consumidores: proteger su bolsillo, consumir de forma más responsable y desenvolverse en un mundo cada vez más digitalizado. En este contexto, la capacidad de reinventarse es clave para seguir siendo relevantes y atractivos.**

En KIABI, hemos sabido convertir estos desafíos en oportunidades. Guiados por nuestra Visión 2035, buscamos crear una moda accesible, responsable y enfocada en satisfacer las necesidades de las familias. Esta trayectoria, que cobra vida en proyectos como KIABI Village y el desarrollo de la segunda mano Beebs by Kiabi refleja nuestro compromiso de crear espacios donde la innovación, la cercanía y el compromiso conviven en armonía.

En 2025, la omnicanalidad será el eje central de nuestra estrategia. Creemos que una experiencia del cliente fluida y conectada, que combine armoniosamente nuestras tiendas físicas y plataformas digitales, es fundamental para satisfacer las nuevas necesidades y expectativas de los consumidores. Nuestra nueva app, el programa de fidelización "En Familia" y el desarrollo de un nuevo concepto de tienda son ejemplos de esta estrategia. Con este enfoque, acercamos aún más nuestra oferta a los clientes y reforzamos su compromiso con la marca.

**KIABI SE IMPONE  
COMO UNA MARCA  
AUDAZ, QUE OFRECE  
SOLUCIONES.**

Hemos diversificado nuestra oferta con marcas propias que responden a las necesidades específicas de cada cliente, para reforzar nuestro compromiso de hacer siempre más por las familias. Además, pensamos en todo momento en la responsabilidad de nuestras acciones, buscando un equilibrio entre accesibilidad, impacto positivo y modernidad.

## ¿Nuestras prioridades para mañana?

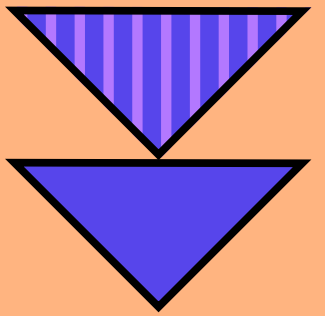
Transformar los desafíos del mercado en motores de resiliencia y de innovación. Ya sea mediante la hibridación de nuestra oferta, la mejora continua de nuestra experiencia omnicanal o el cumplimiento de nuestros compromisos medioambientales, KIABI se impone como una marca audaz, que ofrece soluciones. Creemos firmemente que la moda puede y debe ser un instrumento de bienestar y transformación, tanto ahora como para las futuras generaciones. Con esta convicción, trabajamos para construir el KIABI de mañana. ■

# CIFRAS CLAVE





# FECHAS CLAVE KIABI



Principios de los

1978



1ª tienda en Francia,  
en Roncq

90



La familia es un pilar  
de la marca

1993



1ª tienda en España,  
en Valencia

1996



1ª tienda en Italia,  
en Milán

2000



Lanzamiento  
de la tienda online  
kiabi.com

2014



KIABI Colorea la  
vida, una verdadera  
promesa de marca.

2012



1er concepto de  
tienda adaptado  
a los centros  
comerciales

2008



1ª tienda en Rusia

2001



Evolución hacia un  
posicionamiento  
más centrado en la  
moda, en la marca y  
en la experiencia de  
compra

2019



KIABI lleva 10 años  
siendo líder en  
Francia en el mercado  
de la moda infantil y  
para bebés

2020



KIABI prueba  
el alquiler de ropa,  
tanto online como  
en tiendas físicas

2021



Nueva visión "Hacer  
la vida más fácil a las  
familias construyendo  
juntos una moda  
responsable y  
soluciones sostenibles"

2022

KIABI cuenta con 548  
puntos de contacto  
en 24 países

Nueva campaña  
de comunicación:  
"Siempre más para  
las familias"

2023



Evolución de la visión  
hacia una plataforma  
de marca: hacer la vida  
más fácil a las familias  
ofreciendo a todos  
una moda sostenible y  
accesible para el día a día

2024

Creación de las marcas  
• "Beebs by Kiabi"  
la segunda mano para  
toda la familia

Beebs

• "KIABI Home" la  
colección para el hogar

KIABI Home



01

**DIVERSIFICACIÓN  
E INNOVACIÓN:  
CLAVES PARA UNA  
TRANSFORMACIÓN  
EXITOSA**

—

## KIABI acelera su transformación en un sector en evolución

El mundo de la moda y el textil está cambiando y viviendo una revolución sin precedentes, impulsada por factores económicos, sociales y medioambientales. KIABI, fiel a su ADN accesible y familiar, ha decidido desempeñar un papel activo y visionario, comprometiéndose a diario a satisfacer las necesidades de los consumidores y anticipándose a los retos de mañana.

**640 PUNTOS DE CONTACTO EN 33 PAÍSES**



### ¿NUESTRA AMBICIÓN?

SER UN REFERENTE EN EL SECTOR, OFRECIENDO EL EQUILIBRIO PERFECTO ENTRE PRECIOS ASEQUIBLES, SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN.

#### PARA LOGRARLO, TENEMOS DOS GRANDES PRIORIDADES:

01

**Innovar y reinventarse** para ofrecer mucho más que moda: con iniciativas como KIABI HOME y la marca de segunda mano Beebs by KIABI, KIABI propone soluciones prácticas y accesibles, diseñadas para hacer la vida más fácil a las familias.

02

**Priorizar los precios justos y las prácticas responsables**, ya que los clientes valoran cada vez más estos aspectos.

KIABI siempre ha estado ahí para las familias, ofreciendo soluciones asequibles y sostenibles para responder a sus necesidades. ■





# Diversificación e innovación: claves para una transformación exitosa

Para satisfacer las expectativas de una clientela cada vez más exigente y en constante evolución, KIABI busca nuevas ideas para proponerles soluciones cada vez más innovadoras y a su alcance. En línea con su Visión 2035, KIABI aspira a convertirse en la marca de moda responsable y accesible favorita de las familias, priorizando el desarrollo sostenible en su estrategia.

## UNA OFERTA MÁS AMPLIA PARA RESPONDER MEJOR A LAS NECESIDADES DE LAS FAMILIAS

KIABI diversifica sus gamas de productos para ofrecer mucho más que prêt-à-porter, convirtiéndose en un verdadero aliado en el día a día de las familias. Esta propuesta híbrida se basa en una combinación única de productos asequibles y soluciones prácticas y sostenibles. Con proyectos como KIABI HOME, su gama de mobiliario y decoración para el hogar, o la integración de la segunda mano, tanto en las tiendas físicas como online, KIABI ofrece una nueva forma de comprar basada en modelos de consumo híbridos donde la sostenibilidad, la accesibilidad y la simplicidad son los pilares fundamentales.

## UNA OFERTA HÍBRIDA Y ESTRATEGIA "VISIÓN 2035"

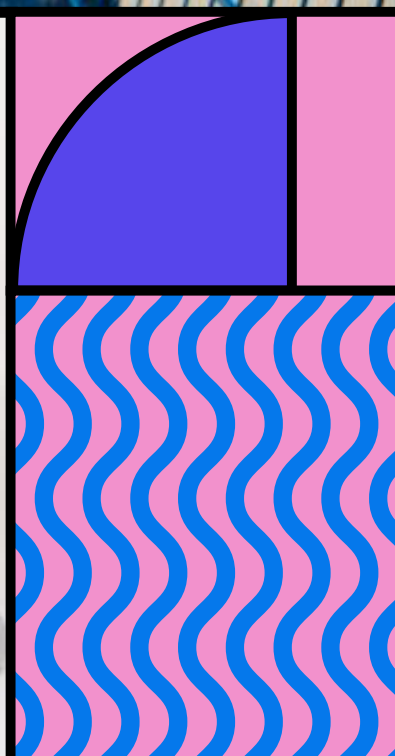
Con su oferta híbrida, que abarca artículos de moda, para el hogar y de segunda mano, KIABI satisface las expectativas de las familias en cuanto a sostenibilidad y simplicidad. Al integrar estas dimensiones en su estrategia Visión 2035, KIABI busca ofrecer productos accesibles, promoviendo un consumo responsable y sostenible. Este enfoque visionario, que combina innovación y diversificación, sitúa a la marca como pionera en la transformación de las prácticas de consumo, respondiendo a las nuevas exigencias sociales y medioambientales.

## KIABI ASPIRA A CONVERTIRSE EN LA MARCA DE MODA RESPONSABLE Y ACCESIBLE FAVORITA DE LAS FAMILIAS.

KIABI sigue trabajando para convertirse en la marca favorita de las familias, proponiendo soluciones asequibles y adaptadas a las necesidades de mañana, para ofrecer una experiencia enriquecedora, responsable y en sintonía con los tiempos.

## APOSTANDO POR LA IA COMO MOTOR DE INNOVACIÓN

Paralelamente, KIABI sigue apostando por la innovación tecnológica para mantenerse a la cabeza del sector. Tras el éxito de KIABI For Startups en 2024, un proyecto de open innovation que conectó a la marca con más de 500 startups, la marca da un nuevo paso en 2025 con un programa de codesarrollo centrado en la Inteligencia Artificial. El objetivo de este programa es desarrollar entre 15 y 20 proyectos anuales, en colaboración con startups innovadoras, impulsando así el crecimiento de KIABI y sus socios. Esta iniciativa permitirá responder a los retos del futuro, aprovechando los avances tecnológicos y fomentando la creación de soluciones disruptivas, adaptadas a las necesidades de los consumidores. ■





## KIABI Home: la decoración del hogar con estilo a precios increíbles

KIABI ahora también viste el hogar con KIABI Home, una colección pensada para hacer de la casa un lugar acogedor, práctico y con mucho estilo, siempre a precios increíbles. Fiel a su misión de hacer la vida más fácil a las familias, esta nueva gama refleja el compromiso de la marca con un estilo de vida sostenible y accesible.

### UNA OFERTA COMPLETA PARA TODA LA CASA

Lanzada durante el verano de 2024, la colección incluye elementos básicos para el hogar: ropa de cama, toallas y artículos de decoración. Con diseños atemporales, colores que combinan a la perfección y materiales responsables, KIABI Home se adapta a las necesidades de las familias modernas. Lo más destacable son sus conjuntos mix and match, sus productos versátiles con doble función, ¡y lo fácil que resulta su mantenimiento!

### PRESENCIA INTERNACIONAL

Esta nueva oferta de KIABI ya está disponible en tiendas físicas y online en Francia, Bélgica, Italia, España y Portugal. Además, hemos creado un espacio específico en nuestra tienda experiencial KIABI Village, reafirmando nuestro compromiso de acompañar a las familias, estén donde estén.

## Kiabi Community

La Kiabi Community es mucho más que una plataforma: es un espacio de intercambio único, inclusivo y acogedor donde las ideas se comparten, la inspiración se contagia y todos pueden aportar su granito de arena al universo KIABI. Esta comunidad, diseñada como una red social mejorada, une a apasionados por la moda en torno a una variedad de servicios e iniciativas.

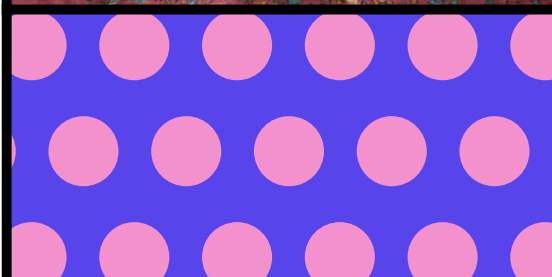
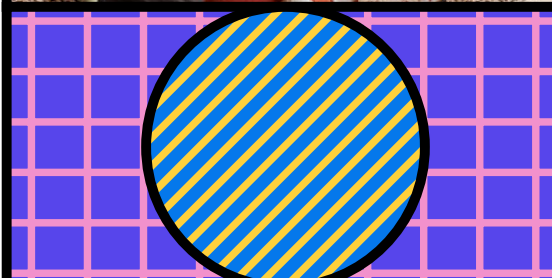
### • EXPERIENCIAS EXCLUSIVAS

Sesiones de fotos, concursos, clases magistrales y talleres VIP.

### • PARTICIPACIÓN ACTIVA

Brainstormings colaborativos para diseñar juntos las próximas colecciones.

La Kiabi Community, gratuita y abierta a todos, es un espacio donde la diversidad y la solidaridad son protagonistas. Todos los perfiles son bienvenidos, pero nos gusta mimar especialmente a los jóvenes padres y a las mujeres de tallas grandes. Es un espacio donde la moda rima con alegría y respeto. ■



## KIABI lanza KIABI Link, un programa diseñado para nano y microinfluencers

KIABI entra en acción en el marketing de influencia asociándose con Affilae, líder en afiliación en Francia, y con la agencia de social media OPIC. El objetivo es convertir a sus clientes más fieles en auténticos embajadores de la marca a través de un programa innovador.

Con KIABI Link, los nano y microinfluencers (menos de 20.000 seguidores) disponen de un enlace de seguimiento personalizado. Por cada venta que generen en su comunidad a través de este enlace, los participantes, a los que hemos llamado "linkers", reciben una comisión. Además, les ofrecemos acompañamiento para que aprendan a vender online y a promocionarse en redes sociales. ¡Una forma sencilla y eficaz de premiar a quienes dan vida a la marca cada día! ■

**CON KIABI LINK, LOS NANO Y MICROINFLUENCERS DISPONEN DE UN ENLACE DE SEGUIMIENTO PERSONALIZADO.**



## KIABI centra su estrategia en los precios asequibles y la sostenibilidad

Con la inflación apretando cada vez más el bolsillo de las familias, KIABI se mantiene fiel a su compromiso proponiendo soluciones accesibles y responsables. La marca combina precios asequibles, calidad y sostenibilidad para apoyar a las familias en su día a día, y al mismo tiempo minimizar su impacto en el medio ambiente.

### PRECIOS ASEQUIBLES SIN SACRIFICAR LA CALIDAD

Fiel a su esencia, KIABI renueva constantemente sus colecciones, combinando precios bajos y estilo, sin renunciar a un alto nivel de calidad.

### COMPROMISO RENOVADO CON LA SOSTENIBILIDAD

KIABI sigue apostando por la calidad de sus productos y se ha propuesto que, para finales de 2025, el 95% de su oferta esté compuesta por fibras sostenibles y el 35% por materiales reciclados. El algodón orgánico, esencial para satisfacer la demanda de los consumidores, sigue siendo una prioridad, y para ello la empresa cuenta con socios sólidos como Organic Cotton Accelerator (OCA). KIABI puede conseguir algodón orgánico de 24.000 plantaciones que practican la agricultura regenerativa en la India y, al mismo tiempo, contribuir a mejorar la remuneración de los agricultores. En 2025, casi la mitad de sus productos de algodón orgánico procederán de estas explotaciones.



## Los pilares del compromiso de KIABI hacia una moda más sostenible

1

### MATERIAS PRIMAS SOSTENIBLES

KIABI apuesta por los monomateriales para facilitar el reciclaje y promover la economía circular. Las colecciones integran cada vez más fibras como el lino y el cáñamo, valoradas por ser más duraderas y tener un menor impacto en el medio ambiente.

2

### PROCESOS DE FABRICACIÓN RESPETUOSOS CON EL MEDIO AMBIENTE

KIABI colabora con sus proveedores para adoptar prácticas de producción más sostenibles y ecológicas.

3

### ENVASES Y TRANSPORTE MÁS SOSTENIBLES

KIABI cuida del planeta eliminando los envases individuales y el transporte aéreo. Desde 2020, la marca utiliza envases de plástico reciclado o cartón, y prioriza el transporte marítimo. Además, se están probando soluciones innovadoras para el último kilómetro, como el transporte en bicicleta.

4

### UNA COLECCIÓN DENIM FABRICADA EN FRANCIA

En 2024, KIABI lanzó su primera colección de denim fabricada en Francia, en colaboración con el Denim Center de Neuville-en-Ferrain (59). Esta iniciativa pone de relieve el savoir-faire francés y propone vaqueros de corte slim para hombre y recto para mujer. Además, ¡son eco-responsables! Los modelos están confeccionados con un 67% de algodón virgen cultivado en España, un 31% de algodón reciclado y un 2% de elastano.

KIABI continúa sumando socios a su red "Made in France" y ahora colabora con La Manufacture de la Layette para la confección de ropa de bebé y con Tissages de Charlieu para la producción de tote bags. **El objetivo** es seguir aprendiendo y experimentando junto a sus socios, reforzando así su compromiso con una moda local y sostenible.

5

### EL FIN DE VIDA DE LOS PRODUCTOS: HACIA UNA MODA CIRCULAR

KIABI siempre se ha preocupado por el medio ambiente y la economía circular. Por eso, desde 2017, dispone de contenedores de reciclaje en sus tiendas gracias a su colaboración con Le Relais, lo que permite recuperar ropa y calzado para posteriormente transformarlos en nuevos productos o venderlos de segunda mano. Gracias a esta iniciativa, en 2021 se recogieron y reaprovecharon cerca de 180 toneladas de ropa y zapatos.

6

### HACIA UNA LOGÍSTICA AÚN MÁS VERDE

En 2024, KIABI redobla sus esfuerzos para reducir las emisiones de carbono en el transporte, implementando soluciones de entrega cada vez más ecológicas:

- Reparto en bicicleta para el último kilómetro en París y alrededores.
- Mayor uso de los puntos de recogida, una alternativa que genera menos emisiones de CO<sub>2</sub>.
- Servicio "Click and collect", para una experiencia de compra rápida y práctica.
- Taquillas automáticas, disponibles 24/7.

Y esto es solo el comienzo: KIABI sigue innovando para combinar rapidez, sostenibilidad y accesibilidad en sus servicios de entrega, manteniéndose fiel a su objetivo de hacer la vida más fácil a las familias y reducir su huella de carbono. ■

## KIABI y FRET 21, un transporte más responsable



Con el sello FRET 21 como garantía, KIABI trabaja intensamente para minimizar su impacto en el medio ambiente a través de soluciones logísticas punteras:

### MAXIMIZACIÓN DE LA CARGA DE LOS CAMIONES

KIABI utiliza remolques de gran altura para transportar un 20% más de mercancías por camión en comparación con los remolques convencionales. Esta optimización reduce el número de vehículos en las carreteras y supone un ahorro de más de **100 toneladas de CO<sub>2</sub> al año**.

### COMBINACIÓN DE ENERGÍAS

La transición en nuestros transportes hacia fuentes de energía más sostenibles y descarbonizadas, como los biocarburantes HVO o B100 y el biogás, nos permite ahorrar más de **850 toneladas de CO<sub>2</sub> cada año**. En 2024, en Francia, más de la mitad de las tiendas KIABI ya reciben sus productos mediante transporte descarbonizado.

## Pickme

### Pickme

una red de vecinos comprometidos que actúan como puntos de recogida

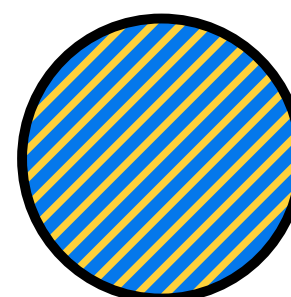
Desde noviembre de 2023, KIABI, en colaboración con Colissimo, trabaja con la red colaborativa Pickme, que cuenta con más de **150.000 Keepers**. Este servicio garantiza entregas más fiables y reduce significativamente los intentos de entrega fallidos. Además, los Keepers tienen la oportunidad de obtener ingresos adicionales, que pueden llegar hasta los **300 € mensuales**.



### QOMOD

taquillas disponibles a la vuelta de la esquina

El concepto QOMOD, una iniciativa conjunta de varias marcas, se lanzó en 2023 para ofrecer a los consumidores una alternativa práctica y ecológica para recoger sus pedidos de compras online. Además, al agrupar las entregas, este servicio multimarca contribuye a reducir en un 30% el impacto medioambiental de los envíos en el centro urbano!



## WePOST!

### WePost

pedidos que viajan en tren como alternativa sostenible

Gracias a su asociación con WePost, KIABI utiliza el tren para transportar sus paquetes, lo que supone una reducción del 95% en las emisiones de CO<sub>2</sub> por envío en comparación con el tradicional transporte por carretera.



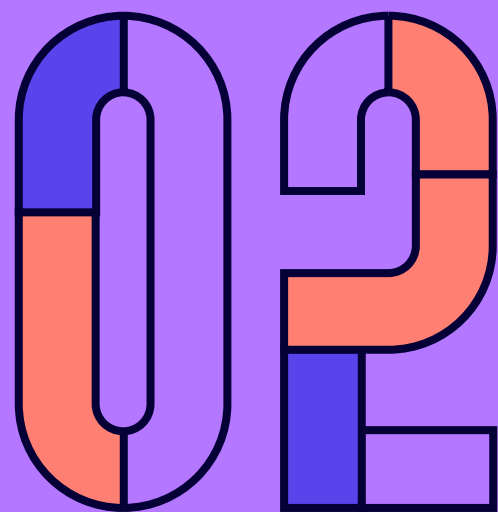
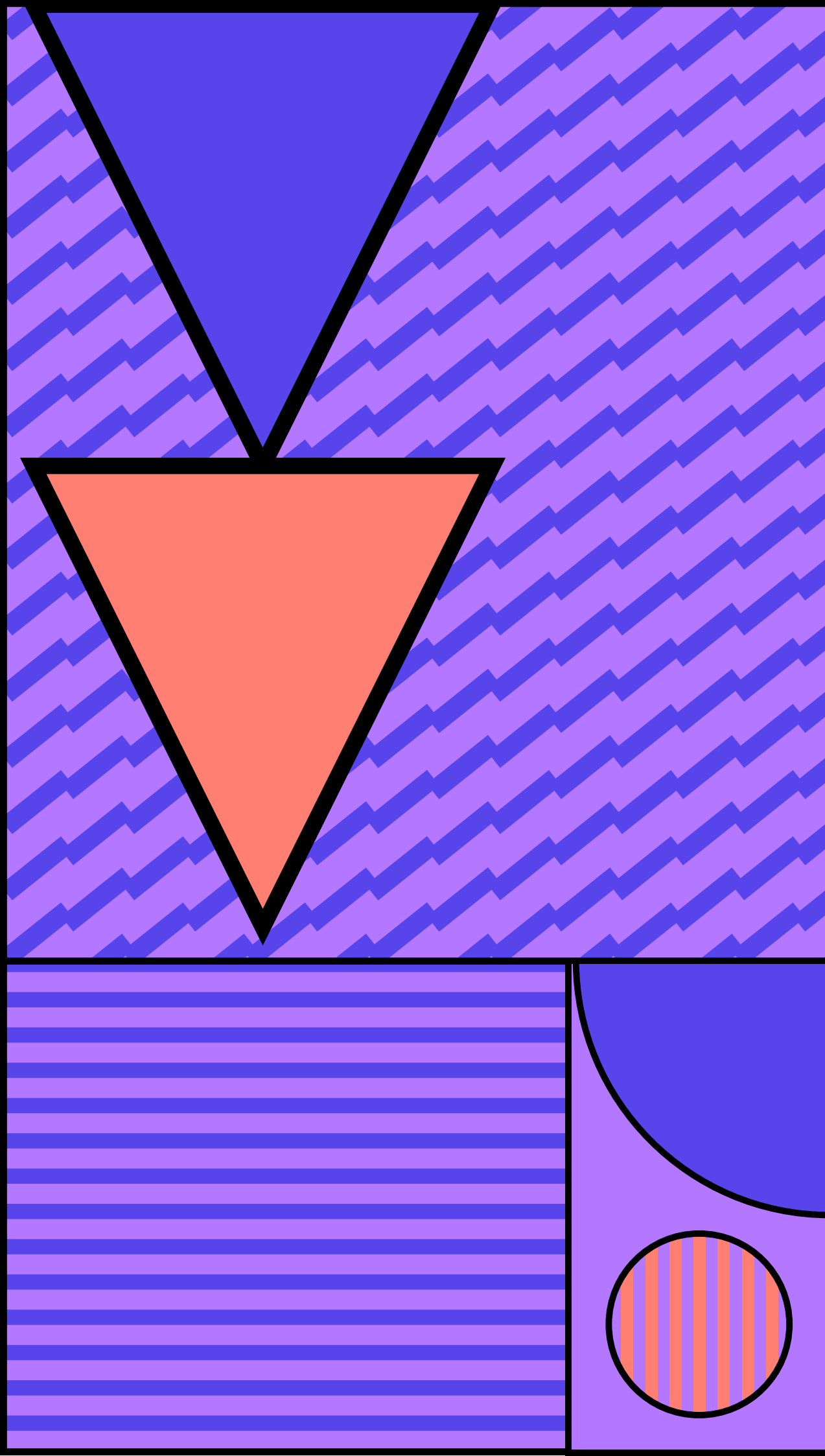
### Sightness

una herramienta indispensable para reducir las emisiones en las entregas

Desde 2024, KIABI utiliza Sightness, un innovador recurso que permite calcular y gestionar las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas a su actividad de transporte, especialmente en el ámbito del comercio electrónico.

- Sightness permite identificar de inmediato soluciones concretas para reducir las emisiones.
- Ayuda a comprender la relación entre los problemas logísticos y los indicadores de actividad, lo que permite optimizar los procesos.
- Gracias a esta herramienta, KIABI se propone reducir las emisiones del último kilómetro en un 10% desde el primer año de su puesta en marcha.

En el futuro, esta solución también ofrecerá a los clientes información transparente sobre la huella ecológica de cada modalidad de entrega disponible en nuestras páginas web. ■



**FACILITAR  
LA VIDA DE  
LAS FAMILIAS**





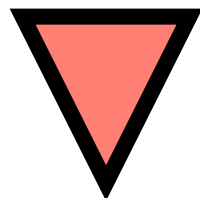
## Colecciones accesibles para todos

### KIABI: ROPA PENSADA PARA TODOS, SIN EXCEPCIONES

En KIABI, la inclusión no es una formalidad, es una filosofía. Tenemos ropa pensada para todas las edades, tallas y circunstancias de la vida, para cubrir las necesidades de todos. Con colecciones disponibles desde la talla 34 hasta la 60, y prendas creadas específicamente para personas con movilidad reducida, KIABI se compromete a vestir a todas las personas, sin distinción.

La colección **"So Easy"** refleja este compromiso adaptándose a las necesidades de niños y adultos con movilidad reducida, ya sea temporal o permanente. Incluye prendas creadas para facilitar el día a día, con cierres fáciles de usar, tejidos muy cómodos y diseños que permiten vestirse sin esfuerzo: cada detalle está pensado para su bienestar, combinando ingeniosidad y confort. Esta gama, creada en colaboración con asociaciones, aúna practicidad, comodidad y estilo a precios asequibles. ¡Porque todos merecemos una moda que nos haga sentir bien!

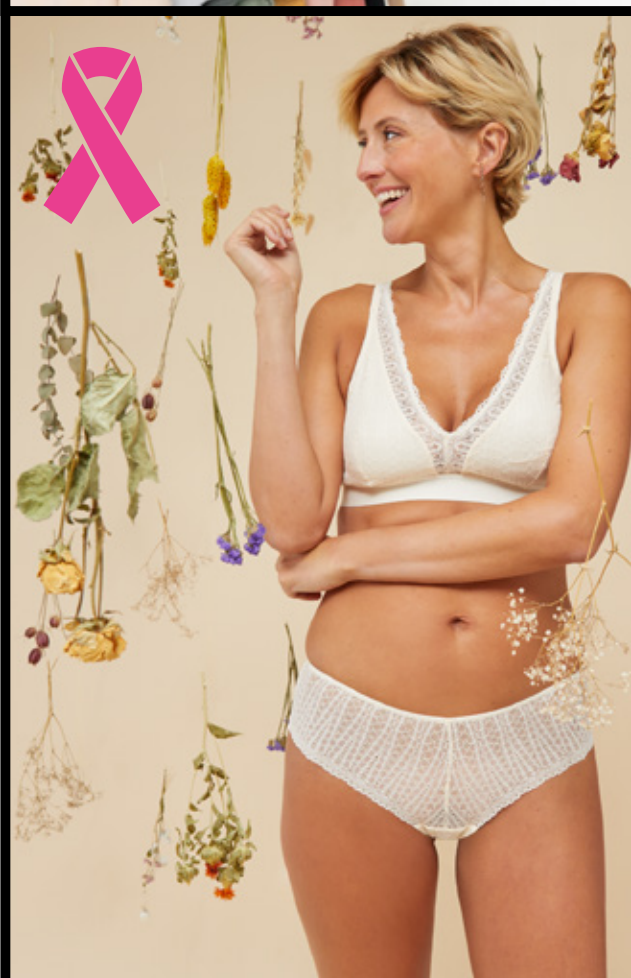
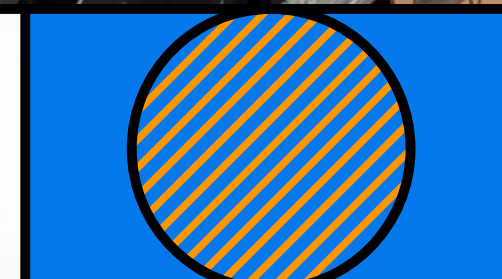
**EN KIABI, LA INCLUSIÓN NO ES UNA FORMALIDAD, ES UNA FILOSOFÍA.**



### CUANDO LA MODA ES MUCHO MÁS QUE MODA

En KIABI, donde el 80% de nuestras clientas y empleadas son mujeres, es lógico mostrar solidaridad con quienes padecen cáncer de mama. Hemos creado una línea de lencería postoperatoria pensando en sus necesidades específicas: tejidos suaves, cierres delanteros, copas adaptadas a las prótesis y tirantes anchos y separados, para una sujeción perfecta. Cada diseño se ha confeccionado y probado en colaboración con mujeres que han pasado por esta situación, para asegurar la máxima comodidad y adaptación a sus expectativas, y todo ello a precios muy asequibles.

"Nos Essentiels" es una colección de prendas imprescindibles, modernas y confortables para cada día. Ofrece piezas fáciles de llevar y de combinar en colores atemporales que nunca pasan de moda. Cada prenda es una combinación de estilo, practicidad y calidad, con detalles diseñados para adaptarse a cualquier ocasión. Prendas básicas para cualquier ocasión, tanto para el día a día como para situaciones más formales, ¡para que todos los miembros de la familia puedan vestirse de los pies a la cabeza a buen precio! ■





## Apostando por una moda más circular



En 2024, KIABI lanzó **Beebs by KIABI**, una nueva marca fruto de la colaboración entre Beebs, plataforma digital dedicada a la segunda mano desde 2020, y la propia oferta de segunda mano de KIABI. Este proyecto representa una apuesta estratégica de KIABI por la diversificación, con un objetivo claro: liderar el sector de la segunda mano ofreciendo a los clientes una experiencia cómoda, accesible y disponible en todos los canales.

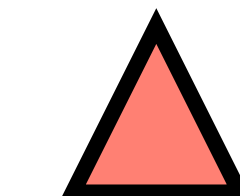
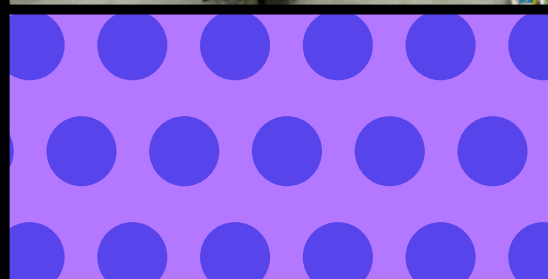
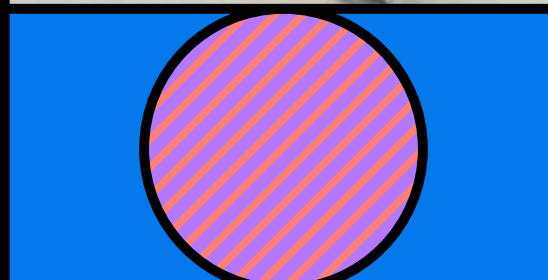
Beebs, la app de segunda mano que ya ha conquistado a más de **2,5 millones de usuarios**, ofrece una plataforma completa con secciones de moda, puericultura, juegos y juguetes, y artículos para el hogar. Proporciona una experiencia si igual, combinando la compraventa online con servicios de recogida, integrándose a la perfección con KIABI, con la posibilidad de usar sus vales de compra y disfrutar del programa de fidelidad.

Y eso no es todo: Beebs by KIABI ya está presente en **156 tiendas** de Francia y Bélgica, con servicio de recogida en casi 50 de ellas. Así, los clientes pueden vender la ropa que ya no usan de forma fácil, segura y sin complicaciones.

Beebs by KIABI sigue creciendo en 2025 con 100 nuevas tiendas en **Francia y Bélgica**, y el lanzamiento de la segunda mano en **España**, ¡tanto en tiendas como online!

La segunda mano es un pilar fundamental de la estrategia ASG de KIABI, y contribuirá al **20% del objetivo de reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> para el periodo 2025-2027**, en línea con la Visión 2035 de la marca.

**BEEBS, LA APP DE SEGUNDA MANO QUE YA HA CONQUISTADO A MÁS DE 2,5 MILLONES DE USUARIOS**



Toujours  
plus de  
services

### SERVICIO DE PERSONALIZACIÓN

KIABI ofrece un servicio de personalización para aquellos que desean renovar o dar un toque personal a sus prendas favoritas. Los clientes pueden bordar una palabra o frase en una amplia gama de artículos para toda la familia: sudaderas, polos, camisetas, baberos, pijamas para bebés y mucho más. Hay cuatro tipos de letra y catorce colores disponibles para dar con el diseño perfecto y crear regalos originales. Todos los bordados se confeccionan en Francia con hilos que cuentan con la certificación Oeko-Tex. El servicio está disponible en Kiabi.com.

### KIDKANAI, LA CONCEPT STORE PARA NIÑOS DE 0 A 12 AÑOS

Kidkanai, el innovador concepto piloto de KIABI, tiene un objetivo claro: invitar a un consumo más responsable dándole una segunda vida a los productos. Todo lo que los más peques necesitan, ¡y de segunda mano! Desde artículos para bebés hasta juguetes, pasando por libros y ropa. ■





## KIABI Village: un punto de encuentro único para las familias, que ofrece una experiencia de compra sin precedentes

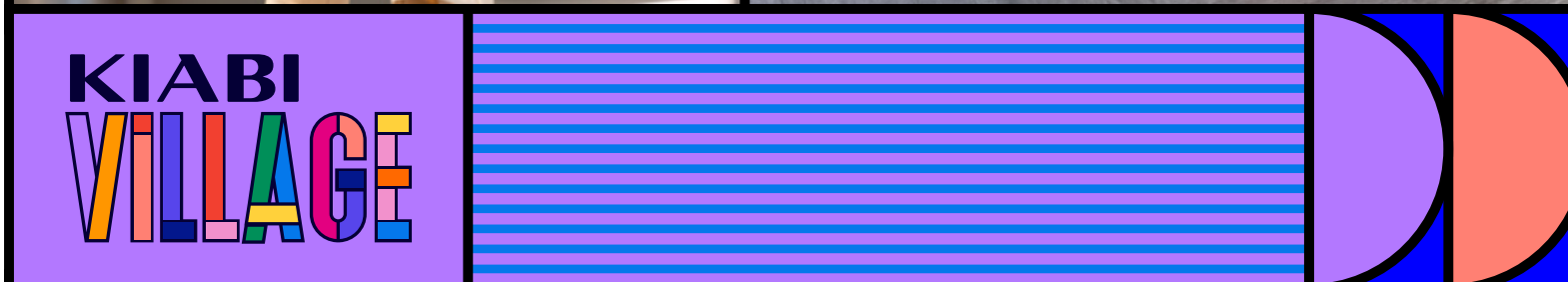
KIABI Village, ubicado en Lezennes (59) e inaugurado en el segundo semestre de 2024, representa todo lo que es KIABI: un lugar pensado para hacer la vida más fácil a las familias y, además, cambiar la forma en que compramos. KIABI Village es mucho más que la sede central de la empresa, es un espacio donde la innovación, la cercanía y las buenas vibraciones se entrelazan. Es un lugar de encuentro pensado para inspirar, innovar e interactuar con las familias que confían en la marca.

### UNA TIENDA EXPERIENCIAL EN PLENO CORAZÓN DE KIABI VILLAGE

Dentro de KIABI Village, la nueva tienda experiencial de 3.000 m² transforma la manera de comprar. Diseñado como un verdadero laboratorio, este concepto único ofrece una inmersión completa en el universo de KIABI, con espacios dedicados a la moda, el hogar y el ocio, así como servicios innovadores y experiencias interactivas para toda la familia.

Este establecimiento es mucho más que un simple punto de venta: es una ventana al futuro. Gracias a espacios únicos como la sección de segunda mano con Beebs by KIABI o rincones exclusivos como el de KIABI Home, cada visita es una nueva experiencia.

La cercanía entre empleados y clientes, gracias a un diseño abierto y acogedor, nos permite entender mejor sus necesidades y adaptar rápidamente las colecciones y los servicios.





**SERVICIOS Y ESPACIOS DISEÑADOS PARA LAS FAMILIAS**

Toda la tienda está pensada para ofrecer a las familias una experiencia cómoda y placentera. Hay zonas donde se puede personalizar la ropa, un taller para arreglar las prendas, zonas de descanso con sillones cómodos y juegos interactivos para niños, para que tanto todos puedan disfrutar comprando. Y justo en el centro de la tienda, el equipo de atención al cliente ofrece consejos personalizados y soluciones prácticas para el día a día, siempre enfocados en la satisfacción del cliente.

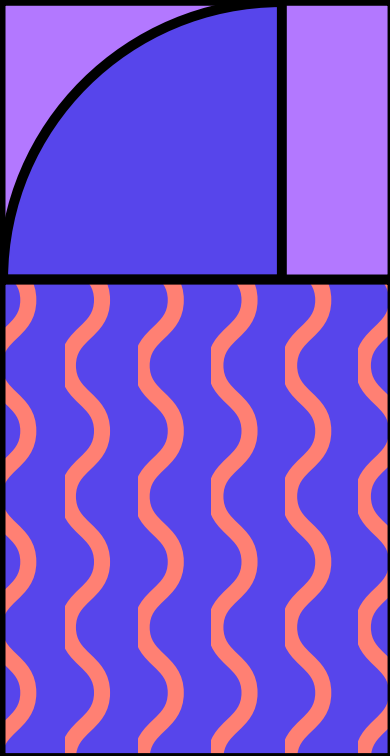
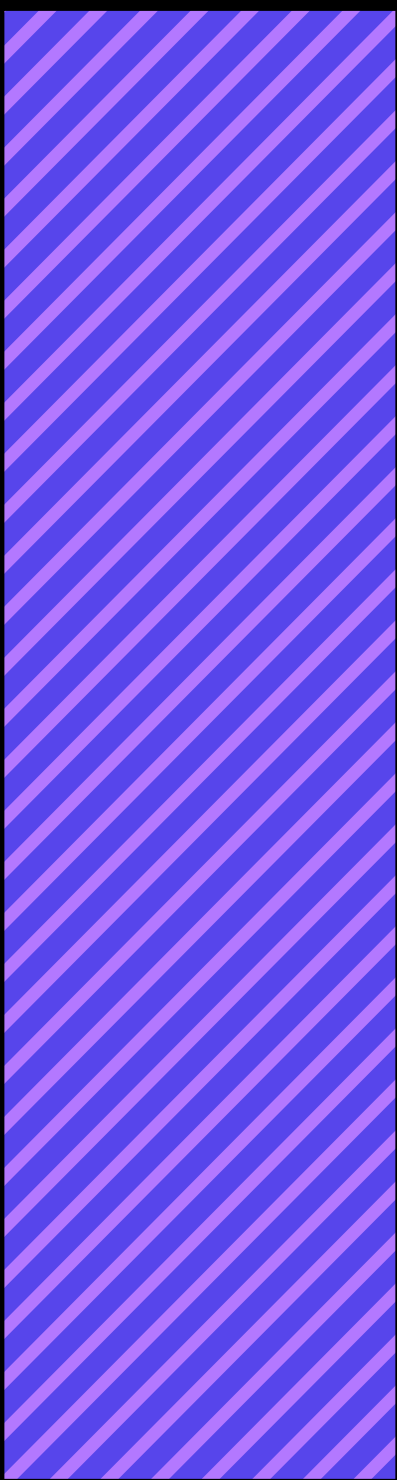
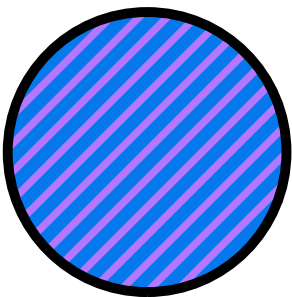
**UN ENFOQUE ECO-RESPONSABLE Y CIRCULAR**

Esta tienda experiencial es también una muestra del firme compromiso de KIABI con una moda más sostenible. Con una oferta omnicanal de segunda mano, rincones multimarca y espacios como La Petite Braderie, donde las familias pueden alquilar puestos para vender su ropa, KIABI ofrece soluciones prácticas para prolongar la vida de las prendas. Estas iniciativas se integran en una estrategia global de economía circular que busca satisfacer las necesidades de las familias y reducir el impacto en el medio ambiente.

**KIABI VILLAGE ES UN LUGAR IDEAL PARA EXPERIMENTAR E INTERACTUAR.**

**KIABI VILLAGE: UN LUGAR DE ENCUENTRO Y DE INTERCAMBIO**

Mucho más que una tienda, KIABI Village es un lugar ideal para experimentar e interactuar. Allí, los equipos de KIABI desarrollan y ponen a prueba proyectos innovadores de la marca que buscan “hacer siempre más por las familias”. Con instalaciones modernas, espacios de coworking y un fuerte vínculo con las comunidades locales, KIABI Village refleja la visión de la marca: crear soluciones accesibles, modernas y sostenibles para las familias de todo el mundo. KIABI Village y su tienda experiencial se configuran como un ecosistema novedoso donde la innovación, las buenas vibraciones y la apuesta por una moda más responsable se unen para el bienestar de las familias. ■



# Con la omnicanalidad, KIABI está al alcance de todas las familias

La omnicanalidad de KIABI hace la vida más fácil a las familias al conectar todas nuestras tiendas y plataformas digitales, ofreciendo una experiencia de compra fluida y personalizada. Desde descubrir las últimas novedades hasta comprar o interactuar con la marca, todo está pensado para que resulte cómodo, práctico y accesible, en todo momento y lugar.

## KIABI.COM: EL PRINCIPAL PUNTO DE CONTACTO CON KIABI

KIABI.COM es mucho más que una simple página web: ¡es el principal punto de contacto entre la marca y sus clientes! Con millones de visitas cada mes, permite explorar toda la oferta de KIABI ¡disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana!

Un espacio donde los clientes encuentran todas las colecciones de moda, de artículos para el hogar y de segunda mano, así como servicios prácticos como:

- **Click & Collect:** compra online y recogida gratuita en tienda.
- **Entrega a domicilio rápida y práctica.**
- **Reserva web:** posibilidad de reservar artículos online y probarlos directamente en la tienda, sin pagar por adelantado. El cliente solo paga por los artículos que decide quedarse, ¡sin compromiso! Una ventaja exclusiva de la reserva web.
- **Oferta Marketplace:** una selección de marcas cuidadosamente escogidas para complementar la oferta KIABI con productos para toda la familia.

## NUEVA EXPERIENCIA DE COMPRA ONLINE EN KIABI

KIABI.COM se ha renovado para ofrecer una experiencia de navegación más intuitiva e inspiradora. Ahora ofrece a los clientes recomendaciones personalizadas basadas en sus preferencias, para que encuentren justo el look que buscan y lo que necesitan para su día a día.

## LANZAMIENTO DE UNA NUEVA APP KIABI EN MARZO DE 2025

Pensada para satisfacer las necesidades de las familias conectadas, la nueva aplicación KIABI estará disponible para el público en general a partir de marzo de 2025. Esta nueva versión de la app se ha diseñado para ofrecer una experiencia de compra fluida e intuitiva, reforzando el vínculo entre la marca y sus clientes.

- 1 Omnicanalidad:** como una extensión de las tiendas físicas, la aplicación integra funciones como el escaneo de productos para obtener información al instante, acceso a la tarjeta de fidelidad y una interacción perfecta entre las compras en línea y en tienda.
- 2 Relación con la marca:** proporciona una conexión privilegiada con KIABI gracias a opciones personalizadas, como la selección de una tienda favorita para seguir sus noticias y eventos.
- 3 Compra online más cómoda:** con la aplicación, comprar es más rápido y sencillo gracias a un acceso permanente a la oferta de KIABI, simplificando el proceso de compra para todas las familias.

**LA NUEVA APP DE KIABI ESTARÁ DISPONIBLE A PARTIR DE MARZO DE 2025.**

## KIABI FASHION LIVE: LA EXPERIENCIA DIGITAL INMERSIVA

Estas sesiones de compras en directo permiten a los clientes descubrir las últimas colecciones en tiempo real, hacer preguntas a los equipos de KIABI y realizar pedidos directamente durante el directo. Una propuesta moderna que combina inspiración y compra instantánea, pensada para las familias de hoy.

## KIABI 4 START-UPS: JUNTOS, CREAMOS EL FUTURO DEL RETAIL Y LA MODA

KIABI 4 Start-Ups es un ambicioso programa de innovación abierta que invita a las start-ups a unirse a KIABI para construir el futuro del retail y la moda. Abierto a jóvenes empresas que ofrezcan soluciones innovadoras en ámbitos como la moda, el marketing, la cadena de suministro, el mundo digital o la RSE, este programa es una gran oportunidad para construir juntos soluciones sostenibles y audaces para los desafíos del futuro. Al registrarse en la plataforma dedicada, las start-ups pueden compartir sus ideas y desarrollar proyectos de gran impacto. ■





## Comprometiendo cada vez más a las familias

A finales de 2024, KIABI lanzó “En Familia”, un programa de fidelidad innovador pensado para fortalecer los lazos familiares fomentando el espíritu de compartir. Con este programa omnicanal, cada interacción con la marca suma puntos que se traducen en recompensas exclusivas y variadas, tanto materiales como experienciales, para disfrutar con los suyos.

“En Familia” es un programa de fidelidad colaborativo que permite compartir sus puntos con sus seres queridos para alcanzar juntos niveles de recompensa superiores. Desde el nivel Súper hasta el Excepcional, las ventajas son cada vez más atractivas, con descuentos de hasta el 20% y un amplio abanico de experiencias gratificantes para toda la familia. ¡Todos los miembros de la familia encontrarán algo que les guste! Desde planes en familia, cursos online, actividades de ocio, hasta visitas culturales o eventos deportivos.

### LOS CLIENTES PUEDEN GESTIONAR DE FORMA AUTÓNOMA SUS PUNTOS Y RECOMPENSAS.

Gracias a la colaboración con COMARCH, proveedor de la tecnología de fidelización, y TLC Marketing, encargado de crear experiencias únicas, el programa se centra en ofrecer ventajas asequibles y atractivas para las familias, permitiéndoles optimizar su presupuesto.

A través de una plataforma digital intuitiva, los clientes pueden gestionar de forma autónoma sus puntos y recompensas. “En Familia” es la prueba de que KIABI quiere ser un compañero de confianza para sus clientes, promoviendo una relación emocional y duradera, apoyando su poder adquisitivo y contribuyendo a un futuro sostenible. ■







**KIABI, UNA  
EMPRESA  
COMPROMETIDA  
CON LAS PERSONAS  
Y LA SOCIEDAD**



## KIABI Acts for a Better World: una moda comprometida con el futuro

KIABI sigue apostando por una moda a precios asequibles para todas las familias, pero sin descuidar nunca lo esencial. "KIABI Acts for a Better World" refleja el compromiso de la empresa con el planeta y la sociedad, a través de acciones concretas que promueven la sostenibilidad y el bienestar de las personas.

♥ **KIABI ACTS FOR A BETTER WORLD\***  
\*Kiabi agit pour un monde meilleur

EN 2024

**el 87%**

de las colecciones de primera mano incluyeron materiales más sostenibles como el algodón orgánico o el poliéster reciclado.

**un 75%**

de los empleados considera que KIABI es un buen lugar para trabajar.

**34.000**

personas han recibido apoyo de la Fundación Kiabi, cuya misión es devolver la confianza a la juventud.

Cifras pendientes de confirmación tras la auditoría de la declaración de desempeño extrafinanciero de 2024 por la consultoría Mazars.

## Devolver la confianza a la juventud

La Fundación KIABI apoya a los jóvenes a través de su misión "Devolver la confianza a la juventud". Ante los retos de nuestra época, la Fundación KIABI trabaja para acompañar a los jóvenes en su camino hacia el éxito, ayudándolos a superar los obstáculos que se interponen en sus sueños. Con su misión "Devolver la confianza a la juventud", la fundación se compromete a brindarles las herramientas necesarias para que puedan creer en sí mismos, desarrollar su potencial y forjarse un futuro brillante.

### UN ENFOQUE CONCRETO Y COLABORATIVO

Para alcanzar esta meta, la fundación KIABI trabaja en varios frentes:

#### • Apoyo educativo

Iniciativas que facilitan la reinserción de jóvenes en el sistema educativo a través de formaciones personalizadas que les permiten construir un proyecto de vida prometedor.

#### • Programas de mentoría

Nuestros mentores son modelos a seguir que inspiran a los jóvenes, fortaleciendo su confianza y ayudándolos a hacer realidad sus proyectos.

#### • Sensibilización

Talleres de prevención sobre temas importantes como la lucha contra el acoso, el uso responsable de las redes sociales y la promoción de la diversidad.

#### • Salud mental y bienestar

Actividades físicas y apoyo psicológico para mejorar la autoestima y el bienestar de los jóvenes.

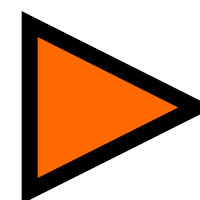
#### • Desarrollo de habilidades para

Programas como el "Círculo de los Padres" o el "Diván de los Padres" para apoyar a las familias y fomentar una educación respetuosa.

**LA FUNDACIÓN SE COMPROMETE A BRINDAR A LOS JÓVENES LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA CREER EN SÍ MISMOS.**

### TRABAJO EN EQUIPO Y ACCIONES CONCRETAS

¡Nuestros equipos están plenamente volcados con esta misión! Participan activamente en ella, actuando como embajadores ante nuestros clientes y socios. ■



# Kiabi, la familia en el centro de todo



## GREAT PLACE TO WORK

Creemos firmemente que si nuestros empleados están contentos, nuestros clientes también lo estarán. Por eso, le damos la máxima prioridad a fomentar un ambiente de trabajo donde todos se sientan a gusto.

**“Hacemos un trabajo que nos apasiona, rodeados de personas que queremos, para clientes que apreciamos”.** Con la certificación Great Place To Work®, KIABI es una empresa que “crea lazos”, fomentando la autonomía y la capacidad de iniciativa de los Kiabers. Gracias a su sólido compromiso social, KIABI coloca la inclusión y la diversidad en el centro de su estrategia, combinándolas con una cultura humana cálida, única y que promueve la responsabilidad.



## ¿CÓMO SE TRADUCE ESTO EN CIFRAS?

**un 75%**

**De Trust Index Global:** una clara muestra de la confianza y el compromiso que nos motivan.

**un 81%**

**De tasa de participación:** la prueba de que todos estamos comprometidos con construir juntos nuestro futuro.

**Orgullo,** ante todo, por la gran confianza que refleja este barómetro sobre el rumbo que hemos tomado como empresa.

**Humildad,** también, porque sabemos que siempre se puede mejorar, y las preguntas, expectativas y sugerencias de los Kiabers son clave para lograrlo juntos.

**Great  
Place  
To  
Work®**

**HACEMOS UN TRABAJO QUE NOS APASIONA, RODEADOS DE PERSONAS QUE QUEREMOS, PARA CLIENTES QUE APRECIAMOS.**

## KIABI: IGUALDAD EN EL ÁMBITO LABORAL, UNA PRIORIDAD FUNDAMENTAL

Con una nota de 93/100 en el Índice de Igualdad Profesional entre Mujeres y Hombres en 2024, KIABI demuestra su firme compromiso con la igualdad salarial y la equidad de oportunidades. Los resultados en los cinco indicadores clave reflejan claramente esta ambición:

• **Brecha salarial: 38/40,**

lo que evidencia que las diferencias salariales entre mujeres y hombres, en puestos y edades comparables, se mantienen bajo control. Política de aumentos salariales: 20/20, garantizando la igualdad de oportunidades de aumento para todos los empleados.

• **Oportunidades de ascenso: 15/15,** asegurando un trato igualitario en las promociones internas.

• **incorporación tras la baja de maternidad 15/15,** garantizando que las mujeres sigan recibiendo los aumentos salariales que les corresponden durante su baja.

• **Presencia femenina en los 10 puestos mejor remunerados: 5/10,** lo que constituye una representación femenina significativa.

En 2023, las mujeres ocupaban el 57,8% de los puestos de dirección en las tiendas de Francia y el 43% en la UES (World Services, Tiendas de Francia y Logística). Estas cifras reflejan el compromiso de KIABI de construir un entorno inclusivo, donde cada persona pueda alcanzar su máximo potencial y desarrollarse profesionalmente, con la igualdad como uno de los pilares de la cultura de la empresa. ■

**93/100 EN EL ÍNDICE DE IGUALDAD PROFESIONAL ENTRE MUJERES Y HOMBRES EN 2024.**





## Las iniciativas en marcha

A lo largo de los años, KIABI ha materializado su compromiso en numerosas iniciativas concretas:



### KIVI: UNA EMPRESA CONJUNTA CON FINES SOCIALES CREADA POR KIABI Y EL GRUPO VITAMINE T

Inspirándose en el éxito de “Le Petit Magasin”, Kiabi y el Grupo Vitamine T han creado KIVI, una iniciativa con vocación social lanzada en diciembre de 2023. Las personas y la inclusión son la prioridad que guía cada una de las acciones de este proyecto innovador.

### KIVI Y EL CONCEPTO DE “LE PETIT MAGASIN”: UNA INICIATIVA CON UN FUERTE COMPROMISO SOCIAL

“Le Petit Magasin” no es solo una tienda que vende ropa a buen precio. Su concepto se basa en dos principios fundamentales:

- 1** **Facilitar el acceso a ropa nueva** para familias con dificultades, dando una nueva oportunidad a las prendas no vendidas por Kiabi.
- 2** **Promover la inserción laboral** ofreciendo oportunidades de empleo inclusivas a personas en dificultad para acceder al mercado de trabajo.

### EL GRUPO VITAMINE T COLABORA EN ESTE PROYECTO APORTANDO SU EXPERIENCIA EN MATERIA DE INSERCIÓN LABORAL.

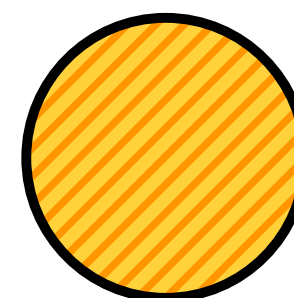
### ESTE LUGAR INNOVADOR PONE A DISPOSICIÓN DE LOS CLIENTES ROPA NUEVA A BUEN PRECIO.

El Grupo Vitamine T colabora en este proyecto aportando su experiencia en materia de inserción laboral, diseñando el componente social del proyecto y brindando formación adaptada a los profesionales que acompañan a los empleados, para ayudarles su proceso de inserción.

Al promover una economía circular y solidaria, este proyecto contribuye activamente a revitalizar los barrios populares, fortalecer los vínculos comunitarios y fomentar una cultura de compartir y de solidaridad.

### UN MODELO SOLIDARIO E INCLUSIVO PRUBADO EN LENS

En Lens, en pleno bulevar Émile-Basly, KIVI pone a prueba su modelo social con “Le Petit Magasin”. Este lugar innovador pone a disposición de los clientes ropa nueva a buen precio a la vez que facilita la inserción laboral a las personas en situación de exclusión.



### UNA MODA ACCESIBLE PARA TODOS

Además, “Le Petit Magasin” también piensa en las familias con dificultades económicas, poniendo a su disposición una gran variedad de prendas a precios muy asequibles. Desde su inauguración el 18 de diciembre, este establecimiento, con un diseño similar al de las tiendas Kiabi convencionales, ofrece un amplio surtido de ropa para toda la familia: bebés, niños, adultos y tallas grandes.

Combinación de accesibilidad, solidaridad y respeto por el medio ambiente, el proyecto “Le Petit Magasin” contribuye a reducir las brechas sociales, basándose en un modelo económico responsable.

Desde 2021, las tiendas solidarias abiertas junto a diversas asociaciones no han dejado de crecer. Los equipos de KIABI siguen brindándoles apoyo a través de patrocinio de competencias y donaciones de productos, si bien su gestión es independiente y está en manos de los socios.



### RESULTADOS EN CIFRAS

**25 tiendas** solidarias operativas en 2024, con 10 nuevas aperturas previstas para 2025

**38 personas** en 2024 acumulando más de 1.700 horas de formación, 197 personas desde el inicio de las tiendas solidarias en 2021 (+ 9.300 horas)

**41 personas con acceso** a un empleo en 2024, 105 desde 2021, (contratos indefinidos, contratos de duración determinada, trabajo temporal, formaciones profesionales)

**690.000 prendas** vendidas en 2024 (1.700.000 en total desde 2021), siempre a precios bajos, disminuyendo el volumen de ropa desechada



### OCTUBRE ROSA: KIABI SE SUMA A LA LUCHA CONTRA EL CÁNCER DE MAMA

Cada año, KIABI se une a la campaña "Octubre Rosa" con una iniciativa especial para promover la prevención del cáncer de mama y apoyar a las mujeres que lo padecen. En octubre de 2024, la marca lanzó "TOC TOC", una campaña internacional innovadora que destaca la importancia de la autoexploración para una detección precoz. En colaboración con asociaciones locales, se organizaron talleres de sensibilización en tiendas y oficinas, en los que participaron clientes, empleados y socios.

KIABI lleva 10 años apoyando activamente esta causa, logrando recaudar más de 2,5 millones de euros para diversas asociaciones gracias a la generosidad de sus clientes.

### GOOD FRIDAY: SUSTITUYENDO EL CONSUMISMO POR LA SOLIDARIDAD

Desde 2020, KIABI ha decidido transformar el tradicional Black Friday en una oportunidad para ayudar a los demás, creando el **GOOD FRIDAY**. Con esta iniciativa, KIABI demuestra una vez más su compromiso con las familias y las causas que son importantes para ellas.

Esta campaña internacional, implementada en todas las tiendas y en [www.kiabi.com](http://www.kiabi.com), tiene como finalidad recaudar donativos para diversas asociaciones, tanto locales como internacionales. Entre las organizaciones que reciben esta ayuda, se encuentran **Aldeas Infantiles SOS** en Bélgica, **Amigos com Cancro** en Portugal, **Médicos Sin Fronteras** y **Medici senza Frontiere** en Italia, así como **Down España**.

Con el **GOOD FRIDAY**, KIABI transforma un día de consumismo en una jornada de solidaridad y apoyo a los que más lo necesitan. ■



**Good  
BLACK  
FRIDAY**

Nous soutenons les familles qui en ont besoin  
en offrant 200 000 repas aux Restos du Cœur.

Un petit don en caisse, c'est un grand geste de solidarité !

**SOUTENEZ LE MOUVEMENT !**

KIABI soutient

\*Validé pour le monde entier. \*\*1 repas = 1€, de 14h à 18h du 24 au 26 novembre 2023.



# KIABI

## **SOBRE KIABI**

Kiabi, líder francés en prêt-à-porter y la marca preferida por las familias, está presente en 33 países con 640 tiendas y una facturación de 2.500 millones de euros, un 5% más que en 2023. Con un equipo de casi 10.000 Kiabers de 83 nacionalidades, la compañía mantiene su esencia de ofrecer moda asequible mientras transforma su modelo hacia un estilo de vida más sostenible y accesible para todos. Su enfoque se centra en el uso de materias primas de menor impacto ambiental, la prolongación de la vida útil de las prendas a través de la segunda mano y una mayor durabilidad, además de impulsar iniciativas solidarias a través de la Fundación Kiabi. Un compromiso colectivo que, desde hace casi 50 años, une a empleados, socios y familias en torno a un mismo propósito.

## **CONTACTOS DE PRENSA**

Agencia Marie-Antoinette  
Chloé Lapeyre y Héloïse Renard  
+33 (0)6 07 40 41 48 - +33 (0)6 69 38 41 43