

Raison sociale : **KIABI EUROPE**

Statut : S.A.S (Société par actions simplifiées)

Secteur d'activité : Distribution textile

C.A. : 1.3 milliards (2012)

Effectifs : 7500 collaborateurs (2013)

Adresse du siège : 100 rue du Calvaire, 59510 Hem

Téléphone : 03 20 81 45 00

Site Internet : www.kiabi.com

Date création de l'entreprise : 1978

Rapport RSE : En cours

Chartes et engagements :

- Achats : code de conduite pour une supply chain durable et responsable
- Diversité : accords d'entreprise sur l'emploi des personnes handicapées, des seniors, l'égalité homme/femme et le bien être dans l'entreprise ; charte interne Handi-Kap

Certifications reconnues: ISO 9001

Bilan carbone : Non

Bilan Gaz à Effet de Serre* : Oui (2012)

* Obligatoire pour les entreprises > 500 salariés

Prix et nominations :

Employeur de l'année pour la région nord en 2010 ; Top employeur 2011 (CRF institute)

Personnes interviewées :

- **Michel Claire**, Directeur qualité et responsable RSE
- **Olivier Ballenghien**, Responsable diversité & Fondation Kiabi
- **Anne Herlax**, Responsable communication interne et corporate
- **Nicolas Schwein**, Directeur technique immobilier
- **Caroline Vial**, Responsable organisation et méthode des collections
- **Gery Bans**, Chef de projet
- **Peggy Vandenberghe**, Assistante de direction collection
- **Clémence Fénaert**, Chargée de mission RSE

Partenaires : FACE, Le Relais, Elise, DIRECCTE, Tremplin insertion chantier (Valence, Pôle emploi, FJT Jolimont (Toulouse), Réseau Alliances, ANACT, AFMD, Université Lille 2.

DEMARCHE RSE DE L'ENTREPRISE**I – CONTEXTE ET ACTIVITE**

Kiabi, société française de conception et de distribution spécialisée de prêt-à-porter pour la famille, est fondée dans la métropole lilloise, avec l'ouverture d'un premier magasin à Roncq en 1978. L'entreprise s'est développée autour de l'idée : « la mode à petit prix ». Aujourd'hui, Kiabi est une entreprise crosscanal, internationale (présente dans huit pays) et leader européen de l'habillement.

L'activité de l'entreprise repose sur un effectif de 7 500 collaborateurs au niveau mondial, et sur 448 magasins dans le monde dont 357 en France (230 succursales et 127 affiliées).

L'ambition de Kiabi est de poursuivre son développement en France et à l'international.

Kiabi a constitué une foncière interne en 1998, devenue Etixia en 2012. La foncière dispose d'un patrimoine immobilier de 101 centres commerciaux, totalisant 366 000 m². L'enseigne Kiabi est le principal locataire, mais Etixia gère également des baux pour 38 enseignes extérieures, représentant 40% de son parc immobilier. L'ambition de l'entité est de créer des lieux de vie attractifs, accessibles et écoresponsables en limitant la consommation énergétique de ses bâtiments.

En 2010, la direction de Kiabi implique tous les salariés dans sa vision. Cette démarche permet de prendre en compte les attentes de tous et de les intégrer à la stratégie de l'entreprise. Incrire Kiabi dans une démarche éco-citoyenne est l'une des attentes les plus fortes des collaborateurs. Un chef de projet RSE est nommé.

Les parties prenantes de Kiabi	Leurs attentes
<u>Actionnaires</u> : <i>Actionnariat familial et salarié</i>	- Pérennité et rentabilité de l'entreprise - Importance de la place de l'homme dans l'entreprise
<u>Collaborateurs</u> : <i>Concerne 7500 personnes (au niveau groupe) dont la grande majorité sont des femmes</i>	- Bonnes conditions de travail et rémunération attractive - Sentiment de fierté et d'appartenance à une entreprise éco citoyenne
<u>Clients</u> : <i>Clientèle familiale (femme, homme, enfant, bébé)</i>	- Accès à des produits de qualité à prix bas - Etre bien informé - Qualité de la relation client
<u>Franchisés</u> : <i>Concerne 127 magasins</i>	Valeur de l'image de marque
<u>Agents</u> : <i>Intermédiaires locaux entre Kiabi et ses fournisseurs</i>	- Durabilité de la relation avec Kiabi - Communication transparente
<u>Fournisseurs</u> : <i>Concerne près de 500 fournisseurs approvisionnant Kiabi</i>	Relation durable et pérenne avec Kiabi, basée sur la confiance et la transparence
<u>Cité</u> : <i>Les populations locales et les collectivités</i>	- Implication de Kiabi dans des actions de soutien aux populations locales - Contribution à l'économie locale
<u>Concurrents</u> : <i>Enseignes distribuant des vêtements</i>	- Pratiques loyales des affaires - Synergies sur des problématiques communes
<u>Média</u> : <i>Presse, radio, télévision</i>	Recevoir de l'information sur l'activité de l'entreprise

II – ENJEUX ET/OU OBJECTIFS DE LA RSE DANS L'ENTREPRISE**Les enjeux :**

- Mobiliser et sensibiliser l'ensemble des salariés autour de la démarche d'entreprise responsable.
- Faire de Kiabi un vecteur de lien social local par le biais de sa Fondation.
=> renforcer la fidélisation des clients.

Objectifs économiques : Etre l'enseigne préférée des familles.

Objectifs environnementaux : Impulser une démarche éco citoyenne dans toute l'activité de l'entreprise. Respecter les engagements vis-à-vis du bilan GES : mise en place d'éco gestes et relamping des bâtiments (objectif : 40% d'économie d'énergie).

Objectifs sociaux : Impliquer l'ensemble des collaborateurs dans la politique Diversité.

Objectifs sociétaux : Renforcer la proximité avec les clients et les populations locales par le biais d'actions sociales. Ces actions sont menées dans tous les pays où Kiabi exerce son activité (magasins, fournisseurs etc.).

III - LES DOMAINES D'ENGAGEMENTS DANS LA RSE

Etat des lieux de la démarche RSE de l'Entreprise réalisé à partir du Référentiel Bonnes Pratiques RSE Réseau Alliances-World Forum Lille.

1) Gouvernance : Manager son organisation avec transparence**11.01 Intégrer la RSE dans la stratégie de l'entreprise**

Une première étape : Démarche Vision avec tous les collaborateurs.

En réponse aux attentes des collaborateurs, le chef de projet RSE recense les bonnes pratiques existantes et définit les axes de progrès.

5 thèmes prioritaires :

1. Bien-être au travail
2. Eco conception des bâtiments/Economie d'énergie
3. Eco conception produit
4. Transport
5. Recyclage/Protection de l'environnement

Des groupes de travail sont constitués pour chacun de ces 5 thèmes.

Ils sont constitués d'une quarantaine de collaborateurs, de tous les périmètres et directions de l'entreprise, souhaitant faire progresser Kiabi dans sa démarche éco-citoyenne.

Chaque groupe de travail détermine des **objectifs** (cf. annexe 1) avec indicateurs de mesure et une cible à atteindre en termes d'économie et de respect de l'environnement. Ils se réunissent tous les 2 mois, et chaque trimestre les informations sont remontées au CODIR. Des points réguliers sont réalisés à travers les comités RSE restreints et élargis.

La démarche RSE est intégrée dans la feuille de route du CODIR.

Kiabi décide de rédiger son **premier rapport DD**, au-delà de toute obligation légale en raison de son statut de S.A.S (publication en 2013).

Kiabi crée sa **Fondation d'Entreprise** en 2011 afin de soutenir des projets présentés par les collaborateurs en partenariat avec des associations (Face, Ludopital, Bayti au Maroc etc.).

11.02 Privilégier le maintien et/ou le développement de l'emploi local

Kiabi ouvre des magasins dans de nouveaux pays et met en place une politique de recrutement local pour ses magasins, du vendeur au directeur.

11.05 Mettre en place un management participatif

→ Bonne Pratique

- Le management participatif est un des axes clés de Kiabi : **« Nous sommes tous acteurs ! »**.

- Kiabi a mis en place le **challenge « Eureka »** dans lequel chacun est incité à proposer et mettre en œuvre des nouvelles idées pour améliorer l'activité. Un vote détermine les meilleurs projets qui seront mis en œuvre. Un pilote dans chaque groupe transmet l'information sur le suivi du projet. Le Comité de Direction sélectionne et prime les meilleurs projets lors de l'Eureka Award.

Exemples :

- Une équipe en magasin a mis au point une table de pliage qui été prototypée et développée

- Les collaborateurs participent au choix des nouvelles collections (enquête interne)

→ BP 2013 (Trophées) : **« Avec le challenge Eurêka, Kiabi transforme ses collaborateurs en « collabor-acteurs » »**

12.02 Créer des outils de communication sur les engagements et les résultats de l'entreprise

- **Intranet collaboratif RSE** mis en place par les groupes RSE.

- Journal de communication interne **Kiabissimo** édité en version papier et électronique, adressé à tous les salariés (Exemple : le dernier numéro de Kiabissimo présente le site de covoiturage, lancé par Kiabi début 2012, le volume de déchets triés et récoltés par Elise sur l'année 2012).

- **Réunions d'information mensuelles** pour les services centraux (incluant les sujets RSE)

- **Réunions et lettres hebdomadaires** pour les magasins (incluant les sujets RSE)

13.01 Avoir une démarche volontaire de partage de la valeur

- Une politique de rémunération incitative : un **accord d'intéressement** a été signé avec les partenaires sociaux. Il se concrétise par une prime, calculée en fonction du résultat d'exploitation et sur les performances commerciales. Au-delà d'un seuil de rentabilité déterminé, 1/3 des résultats est distribué aux collaborateurs. La prime est versée à chacun mensuellement.

- **L'Actionariat salarié** (78,5 % des collaborateurs sont actionnaires de Kiabi, et détiennent 5 % du capital au travers d'un fonds commun de placement).

2) Droits de l'Homme : Respecter les droits essentiels de la personne

22.01 Mettre en place une politique de la diversité au sein de l'entreprise

Kiabi mène et développe depuis 2001 une politique Diversité volontariste.

22.02 Lutter contre les discriminations au sein de l'entreprise et à l'embauche

- **100% des recruteurs de Kiabi sont formés à la Diversité** : au sein de la formation recrutement, un volet entier y est consacré.

- Kiabi applique la **méthode de recrutement par simulation** en collaboration avec Pôle emploi dans les sites logistiques et les magasins. Un kit d'embauche reprenant cette méthode est utilisé pour toute ouverture de nouveaux magasins.

22.03 Favoriser l'égalité des chances femmes hommes (métier, salaire, poste à

responsabilité...)

- Possibilité de passer à temps partiel si souhaité.
- Revalorisation du salaire suite aux congés parentaux.

22.04 Favoriser l'emploi des personnes en situation de handicap**32.02 Adapter les postes de travail**

- 4^{ème} accord signé favorisant l'emploi des personnes en situation de handicap (2010/2014)
- Adoption de la **charte « Handi-kap »** en 2010 (cf. annexe 2)
- 250 salariés handicapés travaillent chez Kiabi et 20 postes de travail ont été aménagés
- **Accompagnement individuel** des collaborateurs qui font la démarche de faire reconnaître leur handicap. Cet accompagnement est double :
 1. la mission Handi Kap et le manager proposent un aménagement de poste ou de mission avec l'aide d'un ergonome.
 2. la mission Handi Kap a mis en place une hotline en collaboration avec le cabinet IFCL. Celui-ci conseille le collaborateur dans ses démarches administratives.

=> évolution positive du taux d'emploi de personnes handicapées =

2010 : 4,34% ; Février 2013 : 5,87%

22.05 Favoriser l'emploi des seniors

- Un accord sur l'emploi des seniors a été signé avec les partenaires sociaux (2009-2012). Celui-ci s'articule autour de 6 axes :

1. L'amélioration des conditions de travail :

- Sensibilisation et communication sur la mobilité professionnelle des seniors à travers une campagne d'affichage et une plaquette d'information présentant l'ensemble des mesures de cet accord.
- Chaque manager reçoit une information sur la politique « seniors ».
- Etude ergonomique des postes de travail.
- Formation gestes et postures.

2. La transmission des savoirs et des compétences et le développement du tutorat.**3. Le développement des compétences et des qualifications** avec accès à la formation (les collaborateurs seniors bénéficient du même niveau de formation que l'ensemble des collaborateurs).

Les dispositifs de formation continue (VAE, bilan de compétence, CIF) sont mis en avant dans la plaquette seniors et un interlocuteur national accompagne les collaborateurs dans leurs démarches.

4. Aménagement des fins de carrières et formation à la préparation de la retraite.

- Le recrutement de salariés « âgés » (50 ans et plus) dans l'entreprise (prévisions : 30 seniors par an). Entre 2011 et 2012, 5% des 600 recrutements étaient seniors.
- Proposition du temps partiel si souhaité.

3) Relations/conditions de travail : Valoriser l'Homme**31.01 Accompagner des salariés à la reconversion et au reclassement**

- Accompagnement au reclassement des inaptitudes : vise toutes les inaptitudes partielles (liées à la profession ou non). Une réflexion quadripartite est menée par le collaborateur, le directeur de magasin, le médecin du travail et le responsable diversité. En 2012, 12 collaborateurs, dont 7 en situation de handicap, ont été accompagnés de cette façon. Les aménagements de poste de travail, de mission et/ou d'horaire ont permis leur maintien dans l'emploi. L'ergonome a donné des conseils individualisés pour concilier mission et état de santé.
- Entretiens perspectives carrières aux collaborateurs de plus de 45 ans : Réalisé par le responsable ressources humaines ou le manager (N+2), pour mieux orienter son projet

professionnel et déceler d'éventuels besoins de formation.

31.02 Mettre en place une politique d'accueil et d'intégration

Pour chaque nouvel arrivant et selon les métiers : accueil personnalisé par le manager, séminaire d'intégration, formations aux différents outils Kiabi en tutorat, stages adaptés en magasin et sites logistiques

Formation à la Vision Kiabi.

=> **86% des collaborateurs déclarent avoir été bien intégrés (2012, enquête annuelle)**

31.01 Développer la formation et/ou la promotion

32.01 Instaurer des formations et des politiques de prévention des risques

- Pour chaque salarié, plan de formation annuel avec une base obligatoire et des compléments « à la carte ». Le plan de formation vise trois domaines : le **savoir-faire métier**, le **savoir-faire management** et le « **savoir être** ».

- Mise en place d'une politique de **prévention des risques** de manière générale et plus particulièrement en logistique. Des études de postes sont réalisées, suivies de plans d'actions sur différents périmètres : ergonomie des postes de travail, matériel utilisé (mobiliers caisse pour les magasins, zones de picking pour les sites logistiques).

- Développement de la **polyvalence** pour diversification des tâches.

- Aux services centraux, amélioration des conditions de travail en open-space.

- Formations gestes et postures dispensées et suivies par le biais du e-learning.

- Formation au management intégrant les risques psycho sociaux.

=> **2012 : 2,84% de la masse salariale consacrée à la formation (exigence légale : 0,90%)**

33.01 Favoriser le dialogue social

De nombreux accords sont signés en étroite collaboration avec les partenaires sociaux (handicap, seniors, égalité homme/femme, GPEC, bien-être, intéressement..).

33.03 Favoriser le bien-être au travail

33.02 Favoriser un meilleur équilibre vie privée / professionnelle

- Un accord sur le bien-être au travail a été signé avec les partenaires sociaux en 2010

Exemples : création d'un comité du bien-être au travail, amélioration du confort de travail en magasin, etc.

- Deux chartes ont été adoptées : l'une sur la **bonne utilisation des mails**, l'autre sur la **gestion des réunions** (pas de réunion avant 9h ou après 17h, ni sur la pause midi).

- Un **groupe de travail RSE dédié à l'amélioration du bien-être au travail**, au siège.

Exemple d'actions : Aménagement de zones d'échange et de détente au siège, consultation des collaborateurs pour améliorer le service restauration qui a abouti au choix d'un nouveau prestataire local, réalisation d'une vidéo bonnes pratiques en open-space.

- Meilleure prévision des charges de travail

- Gestion du temps pour l'encadrement

- Pour les sites logistiques, 8 groupes de 40 personnes en 2011, et 28 groupes de 90 personnes en 2012, ont été créés afin d'améliorer les conditions de travail sur place, avec un référent dans chaque groupe de travail.

- Association sportive d'entreprise qui propose plusieurs activités à prix réduit. Une salle de sport et des douches ont été installées au siège social de Hem.

4) Environnement : Préserver la Planète

41.01 Réduire, valoriser et recycler ses déchets

- Mise en place du recyclage sur le siège, les sites logistiques et les magasins.
- Tri sélectif dans les magasins avec une mise à disposition de bennes de tri (pour les emballages).
- Recours à des prestataires pour le tri sélectif (Elise pour le siège social, Veolia et Sita pour les magasins).

41.03 Limiter l'impact des emballages

- Les sacs plastiques actuels sont fabriqués en plastique recyclé.
- Projet de remplacement des sacs plastiques par des sacs papiers et de vente de sacs shopping réutilisables (mesure déjà en place pour test dans plusieurs magasins).
- **Rationalisation du packaging** pour réduire le nombre d'étiquettes et de plastiques utilisés.

42.01 Passer du produit au service : Economie de la fonctionnalité

Kiabi favorise la location plutôt que l'achat dans le domaine du transport. L'entreprise n'a pas de flotte de transport en propre et favorise l'appel à des transporteurs.

42.02 Eco concevoir ses produits ou services

- Kiabi a développé une ligne de tee-shirts en coton bio dans la collection été 2012 et pour l'été 2013 un rayon bio est développé sur l'underwear.
- Réalisation d'un sourcing de matière bio.
- Les publicités sur lieu de vente et les catalogues sont édités en papier certifié PEFC ou FSC.
- **Groupe de travail RSE spécifique pour l'écoconception**

43.01 Mettre en place des projets d'économies d'énergie et de réduction de GES

45.01 Innover et concevoir des bâtiments et/ou matériaux écologiques

- Suite au bilan de gaz à effet de serre réalisé en 2012, Kiabi s'est engagé à **sensibiliser ses collaborateurs aux éco gestes et à maîtriser la consommation d'électricité liée à l'éclairage**. Exemple : les éco-gestes visent principalement l'éco conduite, l'extinction des lumières et des postes informatiques, l'économie d'impressions et l'impression en recto-verso.
- Mise en place d'**indicateurs** pour le suivi et la mesure des éco gestes (Fichier de suivi des consommations électriques et de gaz, comptabilisation du nombre d'impressions, décompte des postes et lumières allumés le soir).

→ Bonne Pratique

Par le biais d'Etixia, Kiabi poursuit une **politique de performance énergétique de ses bâtiments**. La politique énergétique menée par Etixia vise tous ses bâtiments, loués à Kiabi ou non.

- Adoption d'un **plan pluriannuel d'investissement** prévisionnel afin d'atteindre 40% d'économie d'énergie sur les bâtiments entre 2011 et 2020. Ce plan comprend la rénovation énergétique des bâtiments existants. La stratégie de rénovation vise principalement la climatisation, le chauffage et l'éclairage.

- Ecoconstruction des nouveaux bâtiments :

- Projet pilote BEPAS-BEPAS (bâtiment à énergie passive) sur le site de Petite Forêt (énergie passive voir positive)
- Site pilote HQE à Thionville – travail avec les collectivités locales pour valoriser un site d'un point de vue écologique, économique et social
- Bâtiment de Cognac : premier site de production photovoltaïque

- Pour les parkings de certains sites, mise en place d'un système de rivière sèche où les eaux chargées en hydrocarbures sont traitées par le biais d'un filtre à sable et de plantes

dépolluantes.

- **Intégration de la performance énergétique dans les relations bailleur/preneur :**

- **Promesse concrète au locataire :** loyer au prix du marché ; charges locatives : frais de gestion à petits prix et charges énergétiques les plus basses possibles.
- Ecriture d'une **annexe environnementale** au contrat de bail : traduit l'obligation d'Etixia et de ses locataires de s'engager sur un programme d'actions visant à améliorer la performance énergétique et environnementale du bâtiment et des locaux loués.
- Etixia s'engage à **accompagner ses locataires sur le plan environnemental**, en partageant notamment ses préconisations.

- Participation à 2 groupes de travail sur les économies d'énergie : SRS (Groupes de travail réunissant les enseignes de l'AFM), Périfem (Association Technique du Commerce et de la Distribution).

- Construction d'un **outil de suivi de la performance énergétique des bâtiments** (principalement pour les consommations électriques et de gaz)

- Etude des différents modes de consommation et de production d'énergie (GDF et Helexia)

43.03 Sensibiliser les parties prenantes pour réduire les consommations d'énergie

Campagne de sensibilisation auprès des collaborateurs sur les éco gestes (exemple d'éco gestes : sensibilisation à l'éco conduite, mise en place d'un site de covoiturage, extinction des ordinateurs non utilisés, extinction des lumières)

46.01 Optimiser la logistique

Le site logistique de Kiabi est approvisionné par ses fournisseurs via des jumbo box, les produits sont ensuite redistribués dans les magasins via des box palettes.

- L'utilisation de **jumbo box** permet d'optimiser l'espace dans les containers.
- Utilisation de **box palettes réutilisables** entre les entrepôts et les magasins pour optimiser l'espace dans le transport et limiter le nombre de cartons et sachets.
- Démarche d'**optimisation du sens du flux** pour éviter les allers et venues entre lieux de livraison (pays, régions, magasins...)

46.02 Optimiser les déplacements des collaborateurs (PDE)

- **Un groupe de travail RSE est dédié au transport**, il étudie de nombreux projets, notamment relatifs à l'éco-conduite.

- **Création d'un site de covoiturage** (février 2013): Une enquête a été menée auprès des collaborateurs identifiant le covoiturage comme l'action la plus efficace. Les offres disponibles sur le marché n'étaient pas assez adaptées à Kiabi, l'entreprise a elle-même lancé son site de covoiturage, hébergé sur l'intranet. Le site concerne pour le moment les trajets domicile travail, travail gare ou aéroport, de site à site (HEM/LYS).

5) Bonnes Pratiques d'affaires : Etre acteur loyal et responsable sur les marchés

51.01 Mettre en place une relation durable avec les fournisseurs

52.01 Mettre en place un plan d'action

- Kiabi a mis en place un **Code de conduite pour une Supply Chain durable et responsable**. L'objectif est de promouvoir des conditions de travail équitables et sûres. Kiabi commande des **audits** afin de s'assurer du respect de ce code. Le résultat des audits permet de classer les fournisseurs en trois catégories : vert (pas de risques majeurs), jaune (nécessite un accompagnement dans certains domaines), rouge (risques décelés). En cas de violation, Kiabi accompagne le fournisseur dans une démarche d'actions correctives, mais se réserve également le droit de rompre les relations commerciales en cas de graves violations.

=> **En 2012, 100% des fournisseurs ont été audités.**

- Kiabi forme ses collaborateurs qui sont en relation avec les fournisseurs (agents, acheteurs, KISS : Kiabi International Supply Services qui s'occupe du suivi de la production et des expéditions des produits Kiabi, etc.) à travers des formations en séquentiel d'une journée, des modules de e-learning et lors des visites d'usine.

- Kiabi instaure une **relation long-terme** avec ses fournisseurs import (85% des pièces)

Objectif : diminuer les coûts et le nombre d'interlocuteurs – souplesse du fournisseur – travail sur les normes sociales.

=> 20 fournisseurs au moins travaillent avec Kiabi depuis 1996 et 2/3 des fournisseurs depuis plus de 5 ans.

- Création d'une équipe de conformité sociale des fournisseurs qui est dédiée et formée. L'équipe s'appuie sur des rapports d'audit SGS et TUV (cabinets d'audits spécialisés) et s'assure du respect du Code de Conduite. 10 questions relatives à l'environnement sont également intégrées.

- En cas de référencement d'un nouveau fournisseur, un audit est systématiquement mené.

- Kiabi a établi des règles avec ses fournisseurs prohibant la corruption. Le non-respect de ces règles entraîne une rupture immédiate du contrat.

51.02 Intégrer des critères de responsabilité sociétale dans la politique d'achats

Kiabi utilise la cotation SRF (Suppliers Recommendation Frame) et prend en compte une liste de **critères RSE** supplémentaire. Cette liste supplémentaire s'articule autour d'un volet social (travail forcé, discrimination, rémunération, etc.) et environnemental (eau, déchets, produits chimiques, etc.).

51.03 Privilégier l'approvisionnement de proximité

- Pour les achats non marchands, Kiabi favorise des fournisseurs de proximité (achats de papier catalogue et sacs papier).

- Recours à des intervenants locaux pour la construction et la maintenance des bâtiments.

53.02 Créer des synergies avec ses concurrents

- Kiabi est membre du Foreign Trade Association

- Kiabi participe au GT5, groupe de travail sur **l'affichage environnemental** dans le secteur textile

- Synergie sur le non-marchand : transport, douanes, ressources humaines, groupe de travail pour réduire l'impact environnemental des produits.

- Kiabi participe à différentes **synergies** dans le domaine des ressources humaines (DRH, formation, rémunération, handicap, diversité, fondations, RSE, gestion des expatriés...)

6) Clients et Consommateurs : Respecter leurs intérêts

61.01 Assurer une gestion responsable de la relation clients et consommateurs

- Politique adoptée à l'égard des insatisfactions clients : réponse sous 24h par un prestataire téléphonique et réalisation d'enquête qualité auprès des clients.

- **Suivi de la qualité** : fonctionnement de la qualité en amont et en aval en fonction des taux de retour produits.

- « **Kiabi shopping connect** » et « **Kiabi fan selection** » : les clients donnent leur avis en direct, sur Facebook, sur les produits Kiabi par le biais de leur téléphone portable, ordinateur, ou tablette tactile à disposition en magasin. Lancement en septembre 2012.

7) Engagement sociétal : Allier les intérêts de l'entreprise et ceux de la Communauté

→ **Bonne Pratique**

L'engagement sociétal de Kiabi est principalement porté par sa **Fondation**, créée en 2011, dont le principal objectif est d'**agir pour l'éducation et le bien-être**. La Fondation KIABI

agit dans les pays où vivent et travaillent les équipes et les partenaires de KIABI, en mobilisant l'énergie et le savoir-faire de tous ses collaborateurs.

La Fondation soutient des **projets d'intérêt général en faveur des familles en situation de fragilité économique et sociale** en agissant notamment sur 4 domaines :

- L'éducation, la découverte du monde du travail et l'insertion professionnelle ;
- La dignité, la santé et le bien-être ;
- Les liens intergénérationnels ;
- L'accès aux loisirs.

Chaque projet a un **parrain** (collaborateur de l'entreprise bénévole) et est rattaché à une association.

=> La fondation a mobilisé ses collaborateurs dans 23 projets en France, Italie, Maroc, Chine et Bangladesh. Environ 5500 bénéficiaires ont bénéficié de ses actions.

71.01 Dynamiser un bassin d'emploi

La Fondation soutient plusieurs projets d'**insertion professionnelle** avec des associations telles que FACE, Tremplin Insertion Chantier (Valence), FJT Jolimont (Toulouse), A braccia aperte (Milan).

Ces actions mobilisent l'engagement bénévole des collaborateurs pour aider les personnes issues de zones sensibles dans leur projet professionnel et leur recherche d'emploi.

=> Environ **500 collaborateurs** sont engagés dans les projets liés à l'insertion professionnelle.

71.02 Développer des Partenariats Publics/Privés

- Accord d'entreprise signé avec la DIRECCTE (handicap, senior, bien être)
- Participation à des synergies avec la DIRECTE ou l'ANACT (ex : cluster social)
- Partenariat actif et long terme AFMD (Association de la Formation au Management dans la Distribution)/UNIVERSITE Lille II (IMMD: Institut du Marketing et du Management de la Distribution)

71.03 Créer des liens de proximité par des actions solidaires, locales...

Depuis mai 2010, dons de produits invendus à des associations en partenariat avec le Relais

=> 2012 : 867 851 vêtements donnés

72.02 Créer des liens avec les jeunes et les écoles

- La fondation Kiabi s'est associée avec FACE pour accompagner une classe de collège à créer son entreprise dans le cadre du concours national "**graine d'entreprise**". Objectif : donner l'envie d'entreprendre.

- De nombreux magasins ont mis en place des partenariats avec les lycées environnants pour favoriser leur insertion professionnelle au travers de témoignages métiers et de parcours de stage.

- Des actions de **découverte professionnelle** sont organisées aux services centraux permettant à des étudiants de rencontrer des collaborateurs.

73.02 Apporter ses savoirs faire à la communauté

Un **coaching mode** est proposé aux demandeurs d'emploi pour les aider à valoriser leur image professionnelle et personnelle au cours de leurs entretiens de recrutement. Le programme « coaching mode pour l'emploi » sera progressivement démultiplié dans l'ensemble des pays afin que les collaborateurs et notamment les conseillères de vente puissent animer ce type d'atelier auprès de différents publics en partenariat avec des associations.

74.03 Développer l'entrepreneuriat social

En Italie, à travers le projet « **abbracia aperte** », la Fondation Kiabi participe à la création d'un quartier éco citoyen à Milan qui comporte un jardin citoyen et une boutique solidaire permettant aux populations exclues de l'emploi de subvenir à leurs besoins et d'apprendre un métier. L'atelier abbracia creative, permet à des femmes d'apprendre la couture en fabriquant des accessoires modes à partir de chutes de tissu. Ces articles sont vendus dans la boutique citoyenne.

74.04 Soutenir des projets d'aide au développement

- Au Maroc, à Casablanca, la Fondation Kiabi a cofinancé la reconstruction d'un foyer hébergeant des « enfants de la rue ».

- Au Bangladesh, les acheteurs fournissent l'orphelinat Bright Star School en brosses à dent et en savon à l'occasion de leurs déplacements dans ce pays.

IV – INVESTISSEMENTS ET MOYENS MIS EN ŒUVRE POUR DEPLOYER CETTE DEMARCHE**Humains :**

1. Le chef de projet RSE : interface avec la direction et pilotage de la démarche RSE
2. Le comité de pilotage : 5 chefs de projets qui pilotent les différents groupes projets
3. Les membres des groupes projets : 40 collaborateurs représentant les différentes Directions

Financiers : Budget de 40 000€ alloué au fonctionnement de la RSE (hors investissements).
Budget de la fondation de 100 000 € par an pendant 5 ans (2011-2015).

V- FACTEURS CLES DU SUCCES

La démarche RSE s'est développée suite à une volonté forte de la Direction Générale, doublée de la demande pressante des salariés qui souhaitent s'engager dans des actions éco-citoyennes.

Démarche soutenue par le CODIR. La RSE s'inscrit dans la stratégie de l'entreprise et dans la feuille de route du CODIR.

VI – PRINCIPAUX BENEFICES POUR LES PARTIES PRENANTES

Partie prenante	Description synthétique du (des) bénéfice(s) obtenu(s)
Actionnaires	Pérennité et durabilité de l'entreprise qui développe une activité responsable
Salariés	- Facteur de cohésion et de motivation - Amélioration de l'image de l'entreprise : sentiment d'appartenance et de fierté - Recrutement diversifié : personnes en situation de handicap, jeunes, seniors - Démarche d'amélioration continue des conditions de travail
Fournisseurs	- Accompagnement pour une amélioration de la qualité, des droits de l'homme, des conditions de travail et de la protection de l'environnement - Relation exigeante, durable et de confiance entre Kiabi et ses fournisseurs - Contribution de Kiabi au développement économique et à l'amélioration des performances de ses fournisseurs par une démarche d'accompagnement => véritable relation de partenariat
Clients	- Vêtements de qualité à petits prix pour toute la famille - Dialogue permanent, écoute des attentes
Environnement	- Diminuer l'impact écologique lié à l'émission de GES - Réduction et recyclage des déchets
Cité	- Implication de l'entreprise dans la cité à travers la Fondation Kiabi qui permet une transmission des savoir-faire et la réalisation de projets sociaux.
Autres	Synergie avec les concurrents entraîne une amélioration de l'environnement global du secteur textile.

VII – CONTRIBUTION DE LA RSE A LA PERFORMANCE ECONOMIQUE DE L'ENTREPRISEo **Indicateurs économiques**

	Nature	Montant
Chiffre d'affaires HT	2012	1.338 milliard
Chiffre d'affaires HT	2011	1.329 milliard
Chiffre d'affaires HT	2010	1.309 milliard

o **Satisfaction client (si l'entreprise procède à des enquêtes clients)**

- Avez-vous réalisé une enquête satisfaction auprès de vos clients ? **Oui**

- Si oui, à quelle fréquence et en quelle année pour la dernière fois ?

1 fois par an, 2012 pour la dernière enquête

- Quels sont les principaux résultats et enseignements (en synthèse) de cette enquête ?

La note de satisfaction attribuée par les clients est de 7,8/10, cette note est stable ces dernières années et est considérée comme étant bonne dans le secteur de la distribution textile.

- **Actionnaires :**

- Amélioration de l'image de l'Entreprise ? **OUI**

- Si l'entreprise est non cotée, quelle est l'évolution en % de la valeur patrimoniale de l'entreprise sur une période donnée ?

La valeur de la part a augmenté de 41% entre 2007 et 2012.

Evolution de la croissance, des bénéfices et du résultat sur les 3 dernières années ?

Les résultats de Kiabi ont subi une baisse significative en 2011 en raison d'un contexte économique difficile. Depuis les résultats ont été redressés. Par ailleurs le chiffre d'affaires demeure stable.

VIII – INDICATEURS DE PERFORMANCE SOCIALES

→ RESSOURCES HUMAINES

- **REPARTITION FEMME / HOMME***

7500 collaborateurs, dont 82% de femmes

- **EMPLOI DE TRAVAILLEURS HANDICAPES**

	2010	2011	2012
Taux d'emploi des handicapés*, y compris intérim et ateliers protégés	4,34%	5,03%	5,43%
Montant de la contribution versée à l'AGEFIPH	387 000€	296 000€	(En cours de calcul)

* Taux légal pour entreprises > 20 salariés : 6% de l'effectif total

- **EMPLOI DES JEUNES ET DES SENIORS**

	2010	2011	2012
Moyenne d'âge des collaborateurs	31,7	33,3	34,5
Effectif des CDI de moins de 25 ans	-	1367	1045
Effectif des CDI de plus de 55 ans*	-	87	113

* Plan sur l'emploi des seniors obligatoire pour les entreprises > 50 salariés

- **FIDELISATION - TURN OVER – SANTE SECURITE**

	2010	2011	2012
Turn Over*	14,8%	18,3%	18,8%
Taux de fréquence des accidents du travail	26,96	29,33	-
Taux de gravité des accidents du travail	0,96	0,96	-
Taux d'absentéisme maladie	3,48	4,02	3,8

* Tenant compte uniquement des arrivées et des départs en CDI

○ **FORMATION - DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES – PROMOTION**

	2010	2011	2012
% de la masse salariale consacré au plan de formation (indépendamment de l'alternance et du DIF)*	5,50	4,25	2,84
% de salariés ayant bénéficié d'une formation dans l'année	80%	85%	94%
Nombre moyen d'heures de formation/salarié/ catégorie :			
- Cadres	50.20	42.70	39.64
- Agent de maîtrise	17.76	16.12	18.86
- Employé	8.59	7.93	8.24

* taux légal < 10 salariés : 0.40 % de la masse salariale

* taux légal > 10 salariés : 0.90 % de la masse salariale

○ **REMUNERATION**

Comment situez-vous la rémunération moyenne de vos salariés par rapport à celle de votre secteur d'activité			
	En-dessous	Egale	Au-dessus
Cadres		X	
Maîtrise		X	
Employés		X	
Quel est le rapport d'échelle des salaires ? 2,65 * (2011)			

* Moyenne entre les 10% de rémunérations les + élevées de l'entreprise et les 10% des rémunérations les + basses

○ **PARTICIPATION ET INTERESSEMENT**

	Oui	Non
Proposez-vous une participation * à vos salariés ?	x	
Proposez-vous des intéressements à vos salariés ? (prime, 13 ^{ème} mois, ..) ?	x	
Proposez-vous un Plan d'Epargne d'Entreprise à vos salariés ?	X	
Proposez-vous un actionariat salarié ?	x	

* Obligation légale pour les entreprises > 50 salariés

○ **CLIMAT SOCIAL**

	Oui	Non
Avez-vous des indicateurs ?	x	
Avez-vous réalisé une (des) enquête(s) ?	x	
Si oui, quel est le taux de participation ?	84%	

○ **REPRESENTATION DU PERSONNEL**

	Oui	Non
Avez-vous :		
- des délégués syndicaux ?*	X	
- des délégués du personnel ?**	X	
- un Comité d'Entreprise ?***	X	
- un Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT) ?***	X	

* obligatoire pour entreprise > 50 salariés si présence d'une organisation syndicale

**obligatoire pour entreprise > 11 salariés

***obligatoire pour entreprise > 50 salariés

→ **FOURNISSEURS**

- A quelle fréquence auditez-vous vos fournisseurs ?

Chaque nouveau fournisseur est audité avant de pouvoir entrer en relation d'affaires avec Kiabi. Par la suite, la fréquence des audits de suivi variera en fonction du résultat de l'audit initial (de tous les 3 mois à tous les 2 ans pour un fournisseur exemplaire).

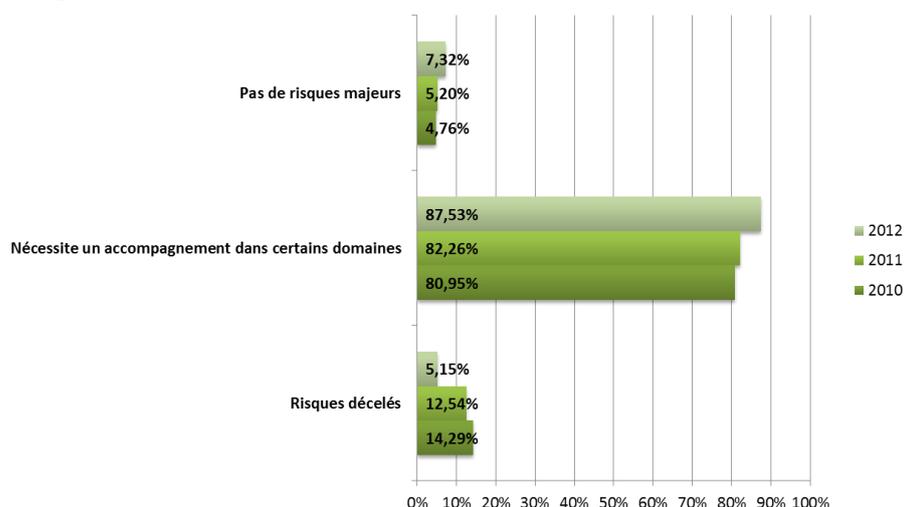
	2010	2011	2012
Quel est le pourcentage de fournisseurs imports audités ?	17%	88%	100%

- Quels sont les résultats de ces audits ?

Classements des fournisseurs par catégorie

Les fournisseurs sont classés en 3 catégories :

- **Vert : Pas de risques majeurs**
- **Jaune : Nécessite un accompagnement dans certains domaines**
- **Rouge : Risques décelés**



- Avez-vous identifié des activités à risque ? Oui

Suite aux audits menés, des activités à risque ont été découvertes. En fonction de la classification des fournisseurs (vert, jaune, rouge), Kiabi met un plan d'action pour accompagner les fournisseurs dans l'adoption de mesures correctives. Celle-ci est suivie par des audits de Kiabi. En cas de graves violations, Kiabi se réserve le droit de rompre les relations avec ces fournisseurs.

IX – INDICATEURS DE PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALES○ **GESTION DES DECHETS**

	Nature des déchets	Mesure ? Oui/non	2010	2011	2012
			Quantité recyclée	Quantité recyclée	Quantité recyclée
Emballage	Plastique	oui	209 tonnes	200 tonnes	237 tonnes
	Carton		3054 tonnes	4596 tonnes	5077 tonnes
	Ferraille		216 tonnes	44 tonnes	24 tonnes
Produits	Oui (don au relai)	oui	523 416 (en nombre de vêtements)	975 208 (en nombre de vêtements)	867 851 (en nombre de vêtements)
Services généraux	- Papiers	Oui	- 26 910,5 kg	- 54 229,5 kg	- 47 926,5 kg
	- Bouteilles plastique		- NC	- 320,5 kg	- 364 kg
	- Canettes		- NC	- 157,5 kg	- 232,5 kg

Recyclé mais non quantifié : Le bois et les cerclages sont repris par une société qui recycle ces déchets, le bois est vendu à la palette et n'est pas quantifié en poids et le cerclage est évacué gratuitement sans pesée.

○ **RESSOURCES NATURELLES**

	Oui / Non	Mesures* Oui/Non	2010	2011	2012
Consommation d'énergie					
Electricité	oui	oui	-	6 776 tCO ₂	Pas encore calculé
Gaz	oui	oui	-	20 040 753 kWh PCS	Pas encore calculé
Emissions de Gaz à Effet de Serre	oui	oui	-	13 100 tCO ₂	Pas encore calculé

*précisez les unités

Avez-vous mis en place un Plan de Déplacement d'Entreprise ?

Oui (site interne de covoiturage au siège, planification de réunions d'information sur l'éco conduite)

Propos recueillis par **Bernard POLLET**, Conseiller Bonnes Pratiques
Accompagné de **Marie-Madeleine CARPENTIER** et **Charlotte CALONNE**, Pôle Bonnes Pratiques

Annexe 1 : Objectifs des groupes de travail RSE – Novembre 2012

Axe prioritaire	Objectif	cible	Indicateur de mesure et cible		
Eco conception produit	Intégrer systématiquement des produits bio et limiter l'impact environnemental de nos produits	30% de nos clients sont potentiellement intéressés	Gain ECo	Gain CO2	
			A chiffrer	A chiffrer	
Transport	Inciter nos collaborateurs à utiliser un mode de transport plus écologique	10 % de Co-voiturage	Gain ECo	Gain CO2	Gain social
			200 €/an d'économie (partage des frais)	35 tonnes CO2/an	Lien social
Recyclage et protection de l'environnement	Diminuer la quantité de papier imprimé	10 % de feuilles moins	Gain Eco	Gain CO2	Gain écologique
			3000€	531kg/CO2	42 arbres
	Utiliser des sacs transparents pour les livraisons magasin	Un seul sac utilisé par site et	Gain Eco	Gain CO2	
			175 000€	1T200	
	Recycler le papier aux services centraux	+10% de papier vs 2010	Gain Arbres	Gain CO2	Gain social
		750	2T2	0,72 unité handi/an	
	Réduire le nombre de PLV en magasin	Gain et éco et CO2	Gain Eco	Gain CO2	
			- 108 500 € - 78 526€HT	Calcul en cours	
	Limiter le nbr de sacs plastiques donnés en caisse	A chiffrer	Gain Eco	Gain CO2	
			A chiffrer	A chiffrer	
Bien-être au travail	Proposer aux collaborateurs des règles de conduite pour le travail en open space				
Eco conception					