



Declaración de información en materia ASG 2025





El contexto que vivimos en 2025 nos permitió reforzar nuestras creencias y reafirmar la forma en la que queremos construir el mañana.

El año 2025 estuvo marcado por proyectos de gran envergadura. Recuerdo la apertura en Madagascar, donde, desde el primer momento, establecimos un compromiso social y dedicamos parte de la facturación de la tienda a temas educativos locales. Este compromiso con la comunidad también se plasmó en nuestra nueva sede, Kiabi Village, que alberga asociaciones y una filial de la organización juvenil École des XV. Desde el punto de vista medioambiental, continuamos estructurando nuestra oferta y trabajando para mejorar la calidad.

Todavía tenemos cuestiones importantes para las que aún no hemos encontrado una respuesta: necesitamos seguir trabajando en la descarbonización de nuestro modelo. En un contexto que no es muy favorable, debemos acelerar e iniciar los cambios estructurales para mantener el rumbo y respetar nuestros compromisos. Me refiero concretamente a los productos de segunda mano, ya que aún no se han iniciado proyectos estratégicos importantes en este sentido. Por último, debemos pensar en establecer nuevas asociaciones y reinvertir en nuestros proveedores para crear juntos soluciones de circularidad y reciclaje en el sector.

Todo esto debería impulsarnos para seguir ampliando nuestra capacidad de innovar y de esforzarnos sin descanso en estos temas. Me sigue impresionando el compromiso y la resiliencia de nuestros empleados: sé que todos estamos preparados para asumir estos retos.

Élisabeth Cunin

Presidenta de Kiabi





A pesar de un contexto geopolítico turbulento que no deja de cambiar, fuimos capaces en 2025 de mantener el rumbo de nuestra Visión 2035. En el plano medioambiental, hemos seguido trabajando arduamente en nuestra oferta de primera mano, con acciones que nos han permitido destacar gracias a la reducción de la amplitud de nuestra oferta, a la creación de productos permanentes, al uso de materiales que tienen un menor impacto en el medioambiente y a la gran implicación de nuestros proveedores en los procesos de fabricación.

También estoy muy orgulloso de la implantación del etiquetado medioambiental, una herramienta para nuestros clientes, que también nos ayuda a guiar internamente nuestras acciones y que nos diferencia de la competencia. Desde el punto de vista social, los resultados de Great Place to Work® dan fe de la satisfacción que sienten nuestros empleados al trabajar en el proyecto Kiabi.

Además, en 2025 se llevaron a cabo una serie de importantes acciones con el objetivo de seguir avanzando hacia nuestra Visión 2035, entre las que cabe destacar la diversificación de nuestra oferta, como lo demuestran nuestras nuevas marcas (Kitchoun o WeKrew), y el desarrollo de nuevos servicios, como nuestro programa de fidelidad «En familia+». Nuestro rumbo es ambicioso y lo mantendremos siempre con nuestros compromisos sociales y ambientales en mente.

No obstante, seguimos teniendo muchos retos por delante: aún no hemos alcanzado nuestros objetivos en segunda mano. En 2025, nos hemos familiarizado, sin duda, con los retos que implican la recogida, la clasificación y la oferta al cliente en el sector de la segunda mano. Sobre la base de lo aprendido, debemos continuar trabajando y corregir el rumbo en este tema crucial. En términos más generales, tenemos pendiente crear soluciones para las cuestiones relacionadas con la circularidad, con el propósito de cambiar la industria, con respuestas locales, en cada país. Por último, debemos analizar detenidamente nuestros indicadores ambientales, como las emisiones de carbono, y establecer una gestión basada en la intensidad, además de nuestro enfoque habitual basado en los valores absolutos. El reto siempre es invertir en el futuro sin olvidar nuestro ADN: ofrecer soluciones accesibles pensadas para estar cerca de las familias.

Patrick Stassi

Director general de Kiabi



Índice

1. Desafíos y estrategia

1.1	Visión Kiabi 2035	6
1.2	Modelo de negocio	7
1.3	Kiabi en el mundo	8
1.4	40 años de «mode à petits prix»	9
1.5	Cifras principales 2025	10
1.6	Análisis de doble materialidad	11

2. Medioambiente

2.1	Visión general - Medioambiente	13
2.2	Cambio climático	17
2.3	Uso de los recursos hídricos y su contaminación	27
2.4	Biodiversidad y uso del suelo	30
2.5	Explotación de recursos y economía circular	33

3. Plano social y comunitario

3.1	Visión general - Plano social y comunitario	40
3.2	Plantilla de la empresa	43
3.3	Trabajadores de la cadena de valor	50
3.4	Comunidades afectadas	54
3.5	Consumidores y usuarios finales	57

4. Gobernanza

4.1	Visión general - Gobernanza	62
4.2	Conducta empresarial	64
4.3	Gestión de las relaciones con los proveedores	67
4.4	Gestión de los riesgos éticos	69
4.5	Partes interesadas y ecosistemas	71

5. Anexos

Detalles de los convenios colectivos por país		
5.1	Francia	78
5.2	España	79
5.3	Portugal	80
5.4	Bélgica	80
5.5	Italia	82
Datos específicos de España		83
Metodología y definiciones		91
Informe de aseguramiento		101

1.

Desafíos y estrategia



ACTUAR EN FAVOR DEL MEDIOAMBIENTE

CAMBIANDO NUESTRO
MODELO HACIA UNA MARCA
SOSTENIBLE Y ECONÓMICA

#sostenibilidad #segundamano
#modelocircular #conveniencia

VISIÓN

KIABI
2035

Hacer la vida
más fácil a las familias
haciendo accesible para todos
un estilo de vida sostenible
cada día.

ACTUAR EN FAVOR DE TODAS LAS PERSONAS

NUTRIENDO LA SINGULAR
RIQUEZA DE NUESTRA CULTURA

#GPTW #inclusión
#riquezacultural #formación

CREAR VALOR COMPARTIDO

IMPULSANDO UN CRECIMIENTO Y UNA RENTABILIDAD SOSTENIBLES

#omnicanal #innovación #internacional #accionariado #clientes



1.2 Modelo de negocio

Los puntos fuertes de Kiabi

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

Recursos

Mujeres y hombres comprometidos

- 10063 Kiabers, de los cuales el 81 % son mujeres.
- El 73 % de los Kiabers tienen contrato indefinido.

Equipos dedicados al desarrollo de nuestros productos

- 207 Kiabers en colecciones y 200 en las oficinas de compras de China, Bangladesh, India y Turquía

Un ecosistema al servicio de nuestra misión

- 169 proveedores comerciales para 456 plantas de montaje
- 1148 auditorías sociales realizadas y 711 auditorías medioambientales
- Tres almacenes comerciales y uno no comercial en Europa
- 646 puntos de contacto, incluidos 246 que ofrecen artículos de segunda mano, incluido nuestro sitio web Beebs
- 1 marketplace en Francia

Vínculo con la comunidad

- 24,7 millones de clientes
- 35 «Petits Magasins»

Estructura financiera

- Un accionariado familiar estable
- Una política de inversión proactiva

Etixia: una empresa inmobiliaria para revalorizar locales comerciales y viviendas

- Un equipo de 32 personas
- 91 inmuebles propiedad de Etixia

Retos y oportunidades

- Emergencia medioambiental
- Poder adquisitivo e inflación
- Nuevas expectativas sociales y cambios en el consumo
- Relación calidad-precio-estilo
- Modelo industrial y comercial circular

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 81 % de Kiabers satisfechos (Trust Index® Great Place to Work®)
- Un 57 % de Kiabers han recibido formación (excluyendo la formación obligatoria)
- Un índice de igualdad de género del 96 % en Francia
- Un 33 % del resultado compartido con los empleados
- Un 72 % de empleados accionistas (países donde se permite esta práctica: Francia, España, Italia)

Para reducir nuestro impacto medioambiental

- 2,27 millones de toneladas de CO₂ equivalente (nueva metodología), en descenso desde 2022 ⁽¹⁾
- 177 millones de m³ netos de agua dulce consumida en nuestras propias instalaciones
- El 87 % de las materias primas tienen un impacto menor
- El 26 % de nuestras materias primas son recicladas
- Un 0,55 % de los productos vendidos son artículos de segunda mano

Para nuestros socios

- El 75 % de las fábricas auditadas de nivel 1 y 2 obtuvieron una calificación A o B de acuerdo con los estándares sociales internacionales y normativos
- 72 % de la facturación generada en nuestros canales de distribución (franquicias, afiliaciones y marketplace no incluidos)

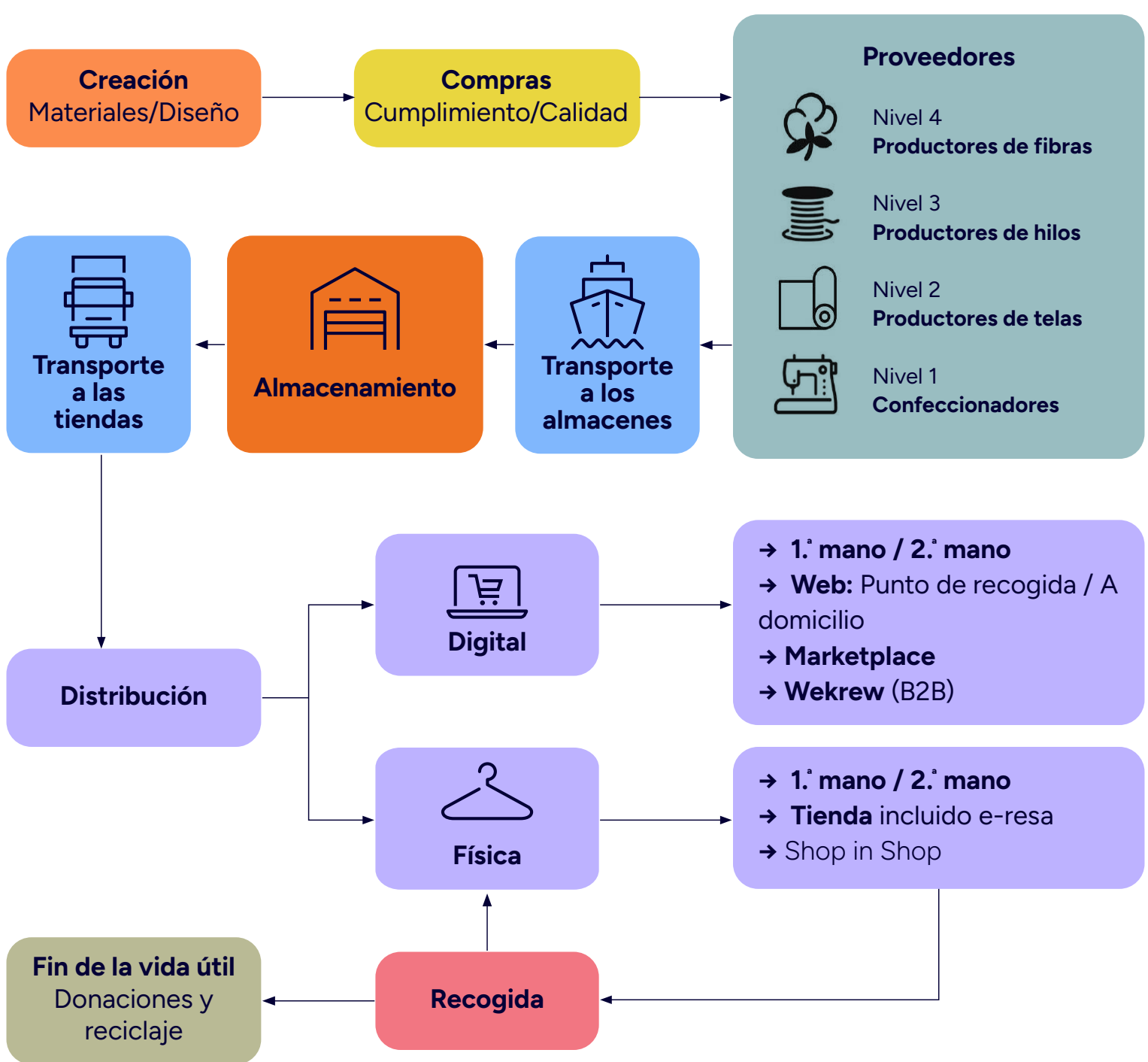
Para las familias y los clientes

- Un NPS de los clientes de 71
- 542 personas han entrado en nuestros programas de inserción laboral desde 2021
- 50 695 jóvenes se han beneficiado de las acciones de la Kiabi Foundation desde 2024

Para garantizar nuestra solidez financiera y la seguridad de nuestras organizaciones

- El valor de las acciones ha aumentado un 65 % en 5 años, con un crecimiento medio del 11 % anual
- 25 millones de euros de facturación
- Índice de seguridad informática del 95 %

«Hacer la vida más fácil a las familias haciendo accesible para todos un estilo de vida sostenible cada día».



1.3 Kiabi en el mundo



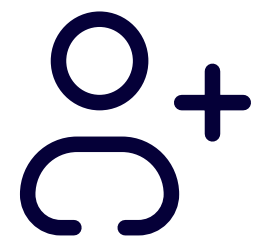
+ 10 000

empleados
y empleadas



646

puntos de contacto⁽¹⁾



+ 169

proveedores
comerciales



95

franquiciados
y afiliados



14

países de
producción⁽²⁾



37

regiones
de venta

País	Puntos de contacto	Categoría
PAÍSES BAJOS	1	Producción
POLONIA	1	Producción
BÉLGICA	14	Venta
HUNGRÍA	1	Producción
FRANCIA	373	Venta
ITALIA	43	Venta
ESPAÑA	68	Venta
PORTUGAL	20	Venta
CEUTA	1	Venta
ISLAS CANARIAS	6	Venta
MARRUECOS	18	Venta
ALGERIA	13	Venta
TÚNEZ	7	Venta
MALTA	4	Venta
GRECIA	2	Venta
ALBANIA	1	Venta
BULGARIA	1	Producción
GEORGIA	3	Venta
ARMENIA	3	Venta
TURQUÍA	1	Producción
CHIPRE	4	Venta
KUWAIT	1	Venta
EGIPTO	3	Venta
BAREIN	1	Venta
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	4	Venta
ARABIA SAUDÍ	21	Venta
PAKISTÁN	1	Venta
INDIA	1	Venta
BANGLADESH	1	Venta
CHINA	1	Producción
VIETNAM	1	Venta
TAILANDIA	1	Venta
CAMBOYA	1	Venta
INDONESIA	1	Venta
SRI LANKA	1	Venta
GUAYANA FRANCESA	3	Venta
MARTINICA	3	Venta
GUADALUPE	5	Venta
ECUADOR	1	Venta
URUGUAY	2	Venta
SENEGAL	2	Venta
BURKINA FASO	1	Venta
BENÍN	1	Venta
COSTA DE MARFIL	3	Venta
CAMERÚN	1	Venta
CONGO	1	Venta
GABÓN	2	Venta
TANZANIA	1	Producción
MAYOTTE	1	Venta
MADAGASCAR	2	Venta
ISLAS MAURICIO	1	Venta
REUNIÓN	4	Venta
NUEVA CALEDONIA	2	Venta

- 1 Puntos de contacto
- Países de venta
- Países de producción
- Países de venta y producción

(1) Puntos de contacto: tiendas físicas, Shop in Shop, webs Internet
(2) Producción: proveedor de rango 1, 2 y 3 de Kiabi Fashion Industry

 Información en materia ASG 2025 | 1. Desafíos y estrategia

8

1.4 40 años de «mode à petits prix»

1978

Kiabi inventa la **«mode à petits prix»**

1988

Se permite a los empleados de Francia **participar en las acciones** de la empresa

1993

Apertura de la primera tienda en el extranjero, **rumbo a España**

2000

Lanzamiento del sitio web **kiabi.com**

2005

Kiabi apuesta por su crecimiento y se abre al mundo de **las franquicias**

2011

Nace la Fundación Kiabi, convertida hoy en **Kiabi Foundation**

2013

Creación de los primeros productos con **fibras** procedentes de **cultivos ecológicos**

2015

Con cerca de 500 tiendas en el mundo, Kiabi es el **n.º1 en ventas** de moda (por volumen) en Francia

2016

Kiabi lanza su **pantalón denim** diseñado con menos agua y productos químicos para el lavado a la piedra final

2017

Kiabi da forma a sus primeros **compromisos sociales** e implanta planes de acción

2018

¡Kiabi cumple **40 años!** Kiabi recopila datos para su primer informe **sobre el carbono**

2021

1.ª visión que incluye el **desarrollo sostenible** para 2030

2023

Kiabi lanza su nueva **Visión 2035**: «Hacer la vida más fácil a las familias haciendo accesible para todos un estilo de vida sostenible cada día».

2024

Kiabi Foundation lanza su misión: devolver la confianza a los **jóvenes**

Lanzamiento de **Kiabi Home** (ropa de cama) y **Beebs** (artículos de segunda mano)

2025

Lanzamiento de nuestras marcas **Kitchoun** (zapatos para primeros pasos) y **WeKrew** (ropa personalizada para empresas, asociaciones, etc.)

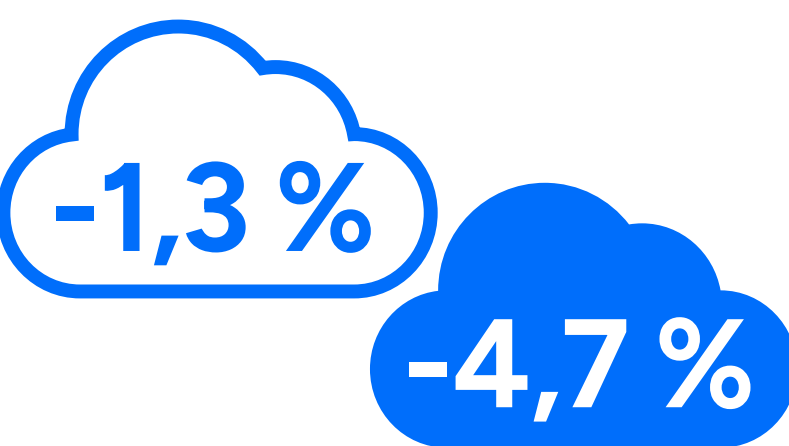
Inauguración de **Kiabi Village**

Lanzamiento de nuestro **nuevo logotipo**, que unifica nuestro ecosistema de marcas

KIABI
La mode à petits prix



1.5 Cifras principales 2025



Reducción de un 4,7 % de las emisiones de carbono en comparación con 2022, del cual un -3,4 % se debe a los cambios de la metodología y un -1,3 % a la metodología anterior⁽¹⁾

177 M m³
de consumo neto de agua dulce



87 %

de nuestras materias primas tienen un impacto menor y el **26 %** son recicladas



de productos de segunda mano en todos los artículos vendidos por Kiabi

314 MILLONES

de piezas de ropa vendidas (primera mano, segunda mano, en tiendas, por internet, en el marketplace)

0,75 %

volumen de negocios con un impacto menor *

* El volumen de negocios con un impacto menor abarca el volumen de negocios resultante de la venta de artículos de segunda mano, el servicio de personalización, la suscripción a «En familia +» y las actividades de retail media.

 **57 %**

de empleados de KIABI han recibido formación (excluyendo la formación obligatoria)



de empleados accionistas
(Países participantes: Francia, España, Italia)

542

personas han entrado en nuestros programas de inserción laboral desde 2021.



de mujeres en el TOP 100

 **50 695**

jóvenes se han beneficiado de las acciones de la Kiabi Foundation desde 2024

75 %

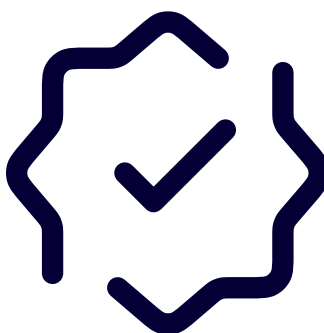
de las fábricas auditadas de nivel 1 y 2 obtuvieron una calificación A o B de acuerdo con los estándares sociales internacionales y normativos⁽¹⁾

81 %

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

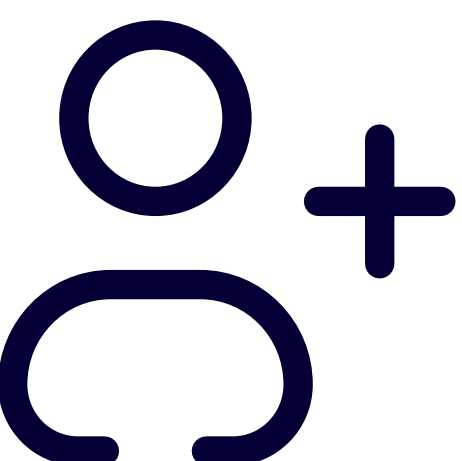
95 %

cumplimiento en materia de seguridad informática



71

Net Promoter Score de los clientes



24,7 MILLONES

de clientes (+4 % comparado con 2024)

(1) Las explicaciones sobre estos cambios metodológicos están disponibles en el anexo del presente informe.

1.6 Análisis de doble materialidad

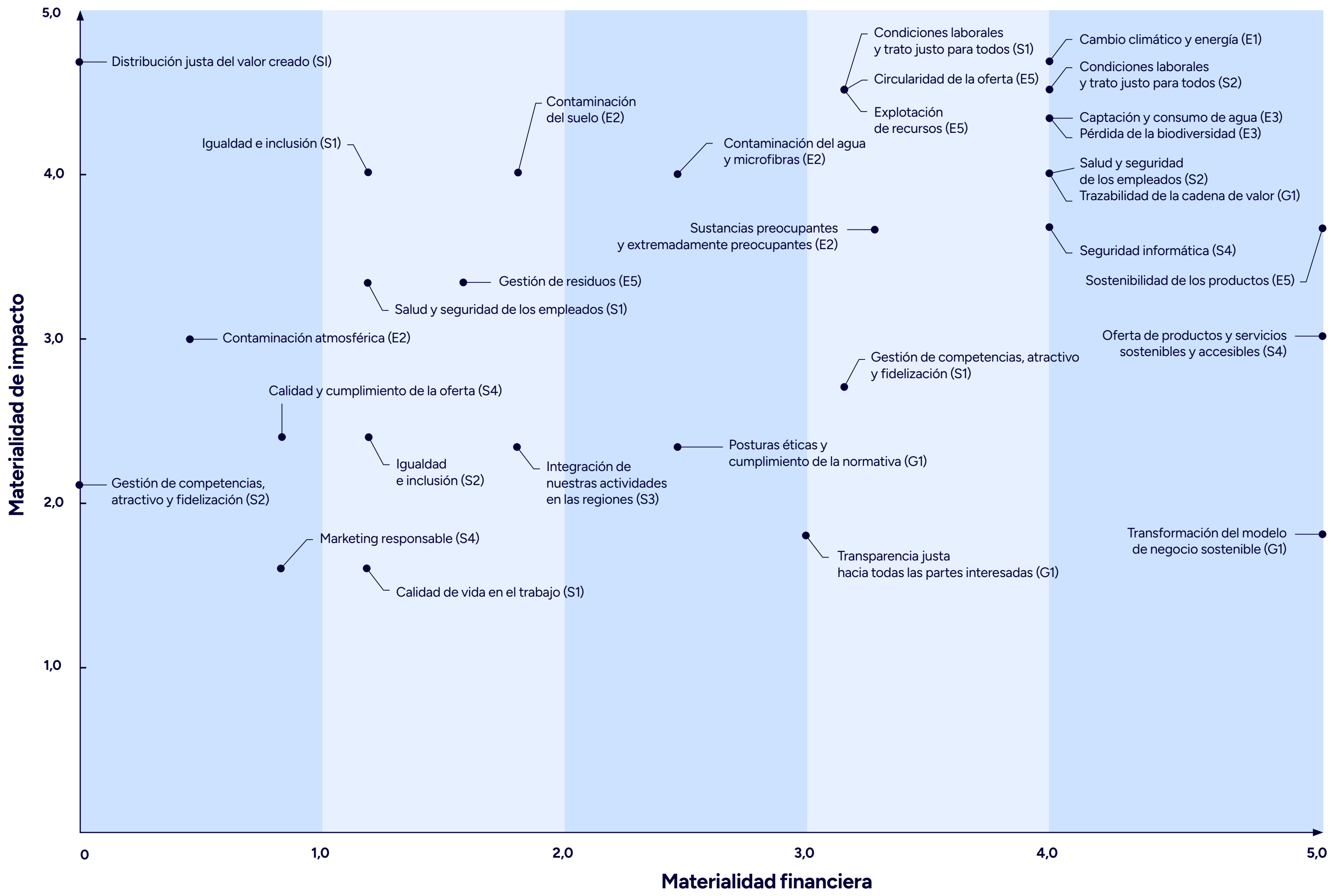
El análisis de doble materialidad integra el impacto generado por nuestras actividades en el medioambiente y la sociedad, y, a la inversa, los riesgos y oportunidades que estas cuestiones plantean para la situación económica y financiera de Kiabi.

Identificación de nuestros impactos, riesgos y oportunidades (IRO)

Con el propósito de comenzar a trabajar en el cumplimiento de los requisitos de la CSRD (Directiva sobre información corporativa en materia de sostenibilidad), en 2023 llevamos a cabo un análisis inicial de doble materialidad que se ha ido ajustando posteriormente con la ayuda de Deloitte.

En términos de metodología, hemos utilizado tanto nuestro conocimiento interno como fuentes externas, como el análisis de doble materialidad sectorial (textil, ropa de hogar, calzado [TLC] elaborado por la Alliance du Commerce.

Para empezar a tener en cuenta la lógica de la CSRD, organizamos la información de nuestra declaración de información no financiera de 2025 de acuerdo con la lógica de los estándares ESRS (European Sustainability Reporting Standards) y los IRO asociados. Sin embargo, algunos IRO no se han abordado hasta la fecha como, por ejemplo, la contaminación del agua y las microfibras (E2), y serán objeto de planes de acción cuando entre en vigor el informe de sostenibilidad, en 2028, para Kiabi.



2.

Medioambiente



2.

Medioambiente

2.1 Visión general



Un modelo de negocio con menos impacto en el medioambiente

Nuestras 5 áreas de acción.



5 ÁREAS DE ACCIÓN

1. OFERTA

1.ª mano / 2.ª mano
Sostenibilidad física y emocional

Servicios
Suscripción En familia + Personalización
Retail media

2. PRODUCCIÓN / MATERIAL

Creación/diseño
Elección de materiales
Calidad

Compras
Cumplimiento y Calidad

Proveedores y fábricas
Procesos de fabricación
Reciclaje de materiales

3. LOGÍSTICA

Almacenes
Envío a nuestros almacenes

Almacenamiento
Optimización de flujos

Tiendas
Envío a nuestras tiendas

4. DISTRIBUCIÓN

Tiendas
1.ª mano / 2.ª mano
Tienda incluido reserva web
Shop in Shop

Digital
1.ª mano / 2.ª mano
Web: Punto de recogida / A domicilio
Marketplace
Wekrew (B2B)

5. FIN DE LA VIDA ÚTIL

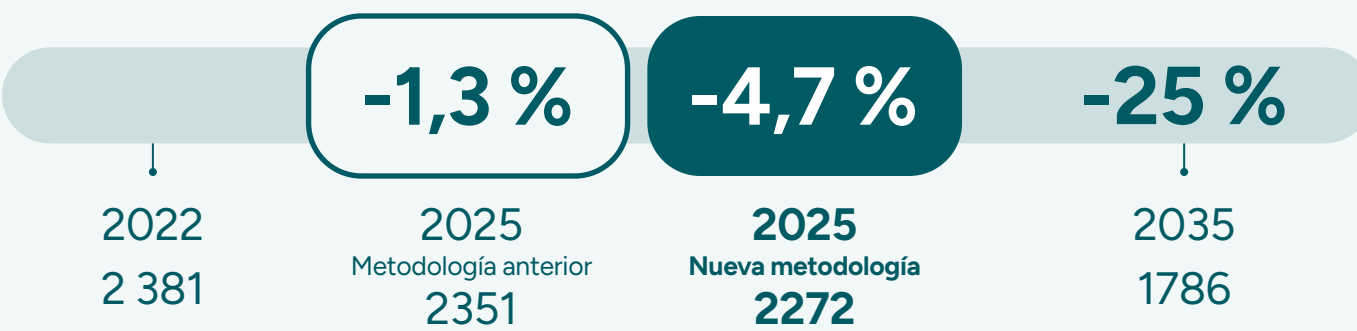
Recogida
Segunda mano
Ventas a tiendas de saldos
Donaciones

Reciclaje
Responsabilidad ampliada del productor (RAP)

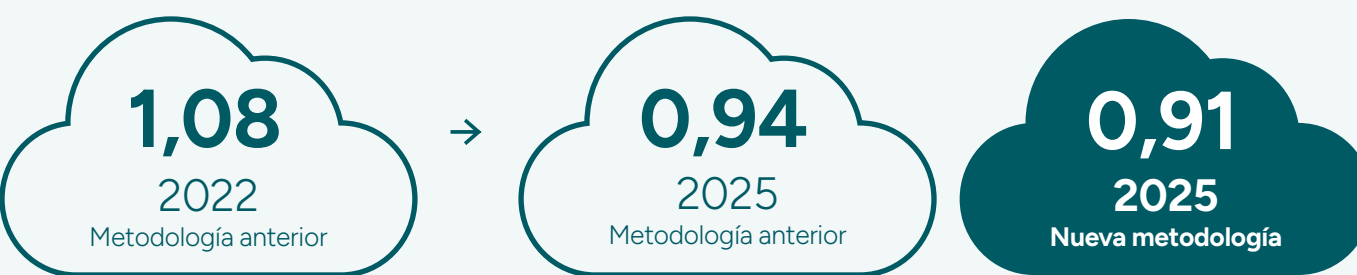
Visión general Medioambiente 1/2

Indicadores clave

• Reducción de las emisiones de carbono desde 2022 (Kt CO₂ eq)⁽¹⁾



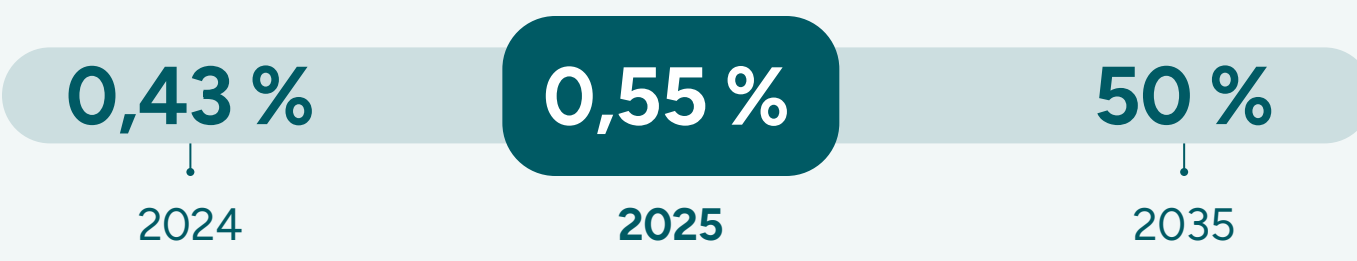
• Intensidad de CO₂ del volumen de negocios



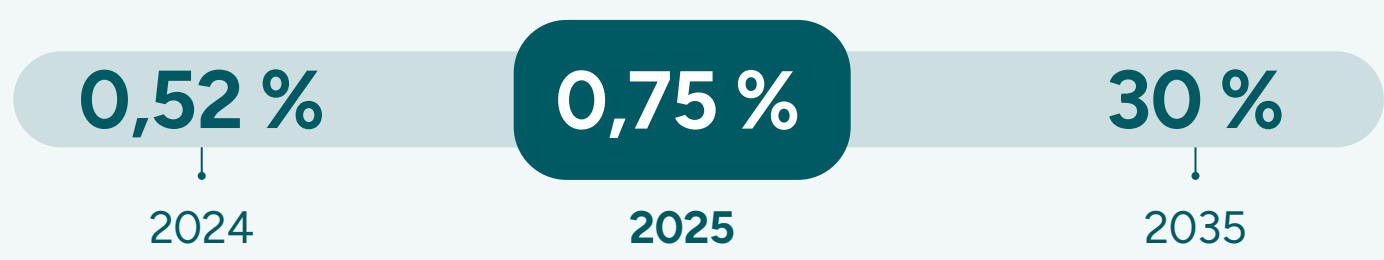
• Distribución de las emisiones de carbono (nueva metodología de 2025)



• Porcentaje de productos de segunda mano en las ventas



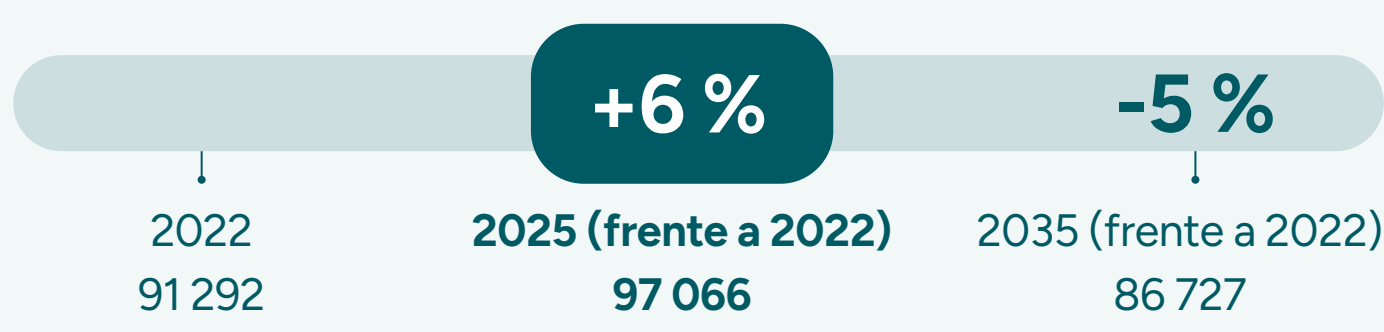
• Porcentaje del volumen de negocios con un impacto menor*



• Consumo neto de agua dulce (m³)



• Uso del suelo (ha)



* El volumen de negocios con un impacto menor abarca el volumen de negocios resultante de la venta de artículos de segunda mano, el servicio de personalización, la suscripción a «En familia +» y las actividades de retail media.

Visión general

La **trayectoria de emisiones de carbono en términos absolutos** se ha visto afectada por la mejora de los resultados comerciales de Kiabi. Una alentadora **trayectoria de emisiones de carbono en términos de intensidad** gracias a la activación de importantes palancas de descarbonización en la fabricación de nuestros productos de primera mano (trabajar con las materias primas que tengan un menor impacto en el medioambiente, utilización de energías renovables por parte de nuestros proveedores, implementación de procesos de fabricación menos contaminantes, etc.).

Hitos

Gobernanza

- Estructuración de un equipo más grande y especializado en «transición ambiental» para apoyar el desarrollo de las competencias y la madurez de la empresa en temas medioambientales y para elaborar el modelo. Este equipo se divide en un área de impacto, un área de proyectos, un área de responsabilidad ampliada del productor (RAP) y circularidad, y se apoya en enlaces dentro de cada línea de negocio y servicio.
- Creación de un **comité estratégico para la transición ambiental**, que se reunió cinco veces durante 2025. Compuesto por personalidades externas del mundo de la moda, la economía circular y la industria, así como por un representante del comité de dirección y del consejo estratégico del grupo Kiabi. La función de este comité es cuestionar la adecuación del modelo económico de Kiabi en relación con los desafíos ambientales y establecer las transformaciones necesarias en línea con estos desafíos.

Materiales y diseño

- Implantación del **etiquetado medioambiental** en el 59 % de los productos Kiabi (el 75 % de productos textiles y ropa interior).
- Refuerzo de nuestras **estrategias** para un diseño que tenga un menor impacto en el medioambiente, con el deseo de eliminar ciertas fibras, como el algodón y el poliéster convencionales.

.../...

Visión general Medioambiente 2/2

- **Nuevo indicador «esfuerzo en materiales»**, calculado con una ponderación del 60 % la tasa de fibras recicladas y del 40 % la tasa de fibras que tienen menos impacto en el medioambiente, a fin de primar y fomentar el uso de fibras recicladas.

% EN TONELAJE	2022	2023	2024	2025	Objetivo 2035
Fibras que tienen un menor impacto en el medioambiente (ponderadas al 40 %)	55 %	55 %	73 %	87 %	92 %
Fibras recicladas (ponderadas al 60 %)	5 %	10 %	16 %	26 %	42 %
Puntuación del esfuerzo en materiales	25	28	39	50	62

Proveedores

- Incorporación de nuevos proveedores en Benín, Egipto, Tanzania y Camboya como parte de nuestro nuevo plan de aprovisionamiento para proteger nuestro modelo frente al contexto geopolítico internacional y las consecuencias del calentamiento global.
- Implantación de nuevas herramientas para desarrollar la **trazabilidad** y la **recopilación de datos** de nuestros proveedores: TextileGenesis™ y Higg Index (Cascade).
- Aumento significativo del **número de proveedores** que facilitan sus datos sobre medioambiente en nuestra herramienta interna: 593 fábricas de nivel 1, 2 y 3, en comparación con las 260 del año anterior.
- Implantación experimental de un **proyecto de agricultura regenerativa** con nuestro socio Reforest'Action, en la provincia de Odisha (India), en una plantación de algodón gestionada por la iniciativa Organic Cotton Accelerator.

Transporte y logística

- Reducción del uso del **transporte aéreo** para el transporte de entrada: el 1,7 % en 2025 frente al 3 % en 2022.
- **El 67 % de nuestras tiendas francesas** se abastecen con vehículos que utilizan biocombustibles, biogás o energía eléctrica.
- Reincorporación al **programa Fret 21** con el apoyo de ADEME.

Funcionamiento de nuestros centros

- En 2025, nuestro **consumo de energía** en las tiendas de Francia disminuyó un 7 % en comparación con 2024 (sustitución de la iluminación por lámparas LED y control remoto de la iluminación, el aire acondicionado y la calefacción de las tiendas mediante un sistema de gestión técnica del edificio).

Economía circular

- **Creación de un centro de clasificación circular** integrado con el sistema logístico de Kiabi para preparar actividades logísticas específicas para el desarrollo de nuestras actividades circulares, en particular la gestión de los artículos de segunda mano recibidos.
- **Implantación de la recogida de ropa** en el 100 % de nuestras tiendas en Francia, para revender estos productos a través de la oferta de artículos de segunda mano de Beebs.
- **Movilización de los productores y su organización ecológica Refashion** para retomar las especificaciones en cuanto a la responsabilidad ampliada del productor para el sector textil, de la ropa de hogar y el calzado, a fin de construir un sector más sostenible, eficiente y justo para todos los actores.
- **Estructuración de un ecosistema de reciclaje** a escala local y global.

Retos que debemos superar

- Ante nuestro éxito comercial, lograr nuestra **trayectoria de emisiones de carbono** en términos absolutos y de intensidad, y activar nuevas palancas que nos permitan volver a estar alineados con las ambiciones científicas
- Conciliar **sostenibilidad física** y **trayectoria de emisiones de carbono**
- Apostar por **materiales nuevos y de menor impacto** y por **más materiales naturales reciclados**
- Aumentar la proporción de productos de **segunda mano** adquiridos por nuestros clientes y trabajar para reemplazar los de primera mano
- Seguir mejorando la trazabilidad en toda nuestra cadena de valor, aumentando nuestros requisitos de **certificación de materiales** e incluyendo cada vez más proveedores y más categorías de productos en la herramienta TextileGenes™
- Aumentar el peso de los **servicios ofrecidos**
- Ampliar nuestras **estrategias en materia ambiental** para abordar los problemas relacionados con la biodiversidad y la contaminación del agua

2.

Medioambiente

2.2 Cambio climático



HUELLA DE CARBONO (KtCO ₂ eq) ⁽¹⁾	2022 Metodología anterior	2023 Metodología anterior	2024 Metodología anterior	2025 Metodología anterior	Var. 22-25 Metodología anterior	2025 Nueva metodología	Var. 22-25 Nueva metodología
Alcance 1: Emisiones directas	3,2	3,1	3,2	1,8	-43 %	1,8	-43 %
Alcance 2: Emisiones indirectas relacionadas con la energía (basadas en la ubicación)	6,4	6,4	6,7	6,6	+3 %	6,6	+3 %
Alcance 3: Otras emisiones indirectas	2 372	2 144	2 270	2 343	-1 %	2 261	-5 %
3.1.1 Emisiones indirectas relacionadas con bienes y servicios adquiridos (comerciales)	1 826	1 567	1 657	1 697	-7 %	1 739	-5 %
3.1.2 Emisiones indirectas relacionadas con bienes y servicios adquiridos (no comerciales)	59	71	81	66	+11 %	31	-48 %
3.2 Emisiones indirectas relacionadas con bienes de capital	33	68	80	81	+146 %	36	+9 %
3.3 Emisiones indirectas relacionadas con las actividades relacionadas con el combustible y la energía (no incluidas en los alcances 1 y 2)	3	3	3	3	+6 %	3	+6 %
3.4 Emisiones indirectas relacionadas con el transporte y la distribución de entrada	27	15	27	29	+6 %	29	+6 %
3.5 Emisiones indirectas procedentes de los residuos generados durante las operaciones	5	5	5	6	+7 %	6	+7 %
3.6 Emisiones indirectas relacionadas con los viajes de negocios	2	3	3	2	+12 %	2	+12 %
3.7 Emisiones indirectas relacionadas con los desplazamientos de los empleados del domicilio al puesto de trabajo y viceversa	15	14	13	15	+1 %	15	+1 %
3.8 Emisiones indirectas procedentes de activos arrendados en la fase de entrada	4	5	5	5	+22 %	5	+22 %
3.9 Emisiones indirectas relacionadas con el transporte y la distribución de salida	23	20	19	30	+31 %	27	+18 %
3.11 Emisiones indirectas relacionadas con el uso de los productos vendidos	100	90	97	112	+12 %	112	+12 %
3.12 Emisiones indirectas relacionadas con el tratamiento de los productos vendidos al final de su vida útil	43	39	38	44	+2 %	44	+2 %
3.13 Emisiones indirectas procedentes de activos arrendados en la fase de salida		7	4	4		4	
3.14 Emisiones indirectas de las franquicias	16	13	11	12	-24 %	13	-16 %
3.16 Emisiones indirectas relacionadas con los viajes de los visitantes	217	226	226	238	+10 %	197	-9 %
TOTAL	2 381	2 154	2 280	2 351	-1,3 %	2 270	-4,7 %
Variación con respecto a 2022 (metodología anterior)		-9,5 %	-4,3 %	-1,3 %		-4,7 %	

2.2.1 Balance climático

Nuestras emisiones de carbono han disminuido un -4,7% en comparación con 2022, siendo un -3,4 % debido a cambios metodológicos y un -1,3 % a la metodología anterior. Se han establecido estos cambios en la metodología para afinar el cálculo de la huella de carbono de Kiabi y reflejar mejor la realidad ⁽¹⁾.

Esta ralentización en la reducción de nuestras emisiones se explica por **un aumento de la actividad comercial** de Kiabi y de los volúmenes fabricados. Para satisfacer las demandas de nuestros clientes y en vista de nuestro éxito comercial, hemos lanzado campañas para comprar productos terminados adicionales. Dado que la fabricación de nuestros productos representa más del 76 % de las emisiones de nuestra huella de carbono, el aumento de las cantidades producidas tiene un impacto significativo en nuestro desempeño medioambiental anual.

Además, aunque **la intensidad de emisiones de carbono de nuestro volumen de negocios está disminuyendo** gracias, en particular, a los esfuerzos que estamos realizando en la fase de diseño y a la implantación de la electricidad renovable en las instalaciones de nuestros proveedores, la curva de emisiones en valor absoluto se estanca en comparación con 2024 (frente a la nueva metodología de 2025). Para seguir impulsando este tema en nuestros equipos, estamos considerando nuevos indicadores para el ejercicio 2026/2027, con el fin de integrar cuestiones como la calidad física, las reparaciones o las emisiones evitadas.

En cuanto a nuestro método de cálculo, seguimos trabajando con datos más precisos gracias a nuestras nuevas herramientas de trazabilidad y recopilación de datos ambientales: TextileGenesis TM y Cascale (consulte la página 23).

Más allá de las fronteras de Kiabi, contribuimos a las reflexiones sobre la reducción de las emisiones de carbono en la industria de la moda: en 2025, participamos en un trabajo colectivo sobre la senda de descarbonización del sector de la moda, iniciado por Paris Good Fashion.

(1) Las explicaciones sobre estos cambios metodológicos están disponibles en el anexo del presente informe.

Indicadores clave 2025

INTENSIDAD DE CARBONO DEL VOLUMEN DE NEGOCIOS ⁽¹⁾	2022 Metodología anterior	2023 Metodología anterior	2024 Metodología anterior	2025 Metodología anterior	Var. 22-25 Metodología anterior	2025 Nueva metodología	Var. 22-25 Nueva metodología	Objetivo 2035
Volumen de negocios en millones de euros	2	2	2	2	+13 %	2	+13 %	6
Emisiones de carbono en MtCO ₂ eq	2	2	2	2	-1 %	2	-5 %	1
Intensidad VN/CO ₂	1,08	0,97	0,98	0,94	-13 %	0,91	-16 %	0,30

• Distribución de las emisiones de carbono (nueva metodología)

2,27 MtCO₂eq



(1) Las explicaciones sobre estos cambios metodológicos están disponibles en el anexo del presente informe.

Para reducir nuestras emisiones de carbono, actuamos sobre nuestros principales factores de emisión en distintas áreas:

- **material y diseño:** con el uso de materiales reciclados o materiales que tengan un menor impacto en el medioambiente,
- **proveedores y producción:** fomentando el uso de energías renovables y optimizando el consumo de energía,
- **transporte y logística:** controlando el uso del transporte aéreo y desarrollando el transporte multimodal,
- **operaciones en nuestros centros y tiendas:** reduciendo nuestro consumo de energía.

2.2.2 Materiales y diseño

La fabricación de nuestros nuevos productos, desde las materias primas hasta la confección y el transporte, representa más del 76 % de nuestras emisiones de carbono. Por lo tanto, debemos tratar este tema de manera prioritaria e integrar el impacto ambiental desde la fase de diseño en un enfoque que tenga en cuenta todas las etapas del ciclo de vida de un producto, hasta el final de su vida útil.

El proceso de diseño

Para reducir las emisiones de carbono relacionadas con el diseño de nuestros productos, nos inspiramos en el enfoque basado en el ecodiseño, a partir del cual elaboramos nuestra propia **estrategia de 5 etapas** en 2023, con el objetivo de reducir el impacto ambiental de nuestros productos (consulte el diagrama de la página siguiente).

En 2025, reforzamos este marco con criterios más exigentes:

- en la etapa 1, relativa a los materiales, hemos introducido el objetivo de eliminar el algodón y el poliéster convencionales de todos los productos textiles de Kiabi.
- en la etapa 2 relativa a los procesos industriales, hemos incluido, además de nuestros criterios actuales, el uso de pegamento a base de agua, que se utilizó para fabricar el 29 % de nuestros zapatos en 2025. También hemos redefinido tres niveles para nuestros procesos de lavado y lavado a la piedra (consulte la página 28).
- en la etapa 5, relativa al desgaste y al final de la vida útil del producto, vamos a modificar nuestros criterios de sostenibilidad física y vamos a seguir la misma línea que las pruebas de sostenibilidad de Refashion.

Por último, hemos eliminado de este marco los criterios relacionados con las auditorías sociales, ya que realizamos un seguimiento estrecho y específico en esta materia para todos nuestros proveedores (consulte la página 52).

5. Uso y fin de la vida útil del producto

Acciones que mejoren la durabilidad física del producto o su reciclabilidad. Vamos a modificar nuestros criterios de sostenibilidad y, para ello, vamos a alinearnos con las pruebas de sostenibilidad de Refashion.

4. Formación de los proveedores de los niveles 2 y 3

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.



1. Materias primas

El uso de un máximo de materiales con un impacto ambiental reducido (consulte la página 21 para ver la lista de materiales) y el deseo de eliminar el uso de algodón y poliéster convencionales.

2. Procesos de fabricación

Uso de procesos de fabricación que consumen menos energía, menos agua, que utilizan adhesivos con base de agua o que tienen un impacto menor en el medioambiente.

3. Formación de los proveedores de ropa

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.

5

ETAPAS PARA AVANZAR HACIA EL ECODISEÑO



Indicadores y dinamización del diseño

En 2025, también establecimos un nuevo indicador: **el esfuerzo en materiales**. Este indicador reemplaza al que hemos estado analizando hasta ahora relacionado con la proporción de nuestros artículos comprados con materiales y procesos de fabricación que tienen un menor impacto en el medioambiente.

El esfuerzo en materiales se calcula ponderando en un 60 % la tasa de fibras recicladas y en un 40 % la tasa de fibras que tienen un menor impacto en el medioambiente, como el algodón procedente de agricultura orgánica, por ejemplo (consulte la página 21 para ver nuestra lista de los materiales que tienen menos impacto en el medioambiente).

El propósito de esta ponderación es tener en cuenta los elementos más importantes para la reducción del impacto de carbono asociados con el uso de fibras recicladas. En 2025, **la puntuación del indicador esfuerzo en materiales de Kiabi fue de 50**, con un 26 % de fibras recicladas y un 87 % de fibras con menor impacto.

También trabajamos en otros cuatro indicadores secundarios:

- la proporción de **fibras que tienen un menor impacto en el medioambiente**¹ utilizadas en la fabricación de nuestros productos,
- la proporción de **fibras recicladas** utilizadas en la fabricación de nuestros productos,
- la proporción de **fibras naturales** utilizadas en la fabricación de nuestros productos,
- la proporción de **productos rastreados** en nuestra herramienta TextileGenesis^{TM1}.

Para llevar todos estos indicadores a los equipos que trabajan en el departamento de colecciones de Kiabi, en 2025 creamos una actividad mensual con el apoyo de un controlador de gestión. Este seguimiento permite informar a los equipos y estar al tanto del progreso de estos diversos objetivos. Esta información permitió aportar las herramientas necesarias a los equipos, contribuir a una toma de decisiones más informada sobre cuestiones extrafinancieras y anticipar el impacto de nuestras decisiones en la trayectoria de emisiones de carbono.

1. Se considera que un producto se ha rastreado cuando hemos identificado y almacenado pruebas (certificaciones de fábrica, documentos de transacción, facturas, documentos de envío, volúmenes de pedidos, contactos, ubicación de la fábrica) procedentes desde los proveedores de fibras hasta el proveedor del producto terminado (incluidos los comerciantes) que han participado en la fabricación del producto. Y esto para cada pedido, independientemente de si los materiales están certificados o no.

DESGLOSE DE LOS MATERIALES UTILIZADOS (EN KILOTONELADAS DE PRODUCTOS TERMINADOS)	2022	2023	2024	2025	Var. 22-25
Materiales que tienen un menor impacto en el medioambiente	33 136	30 445	43 878	57 943	+75 %
Algodón BCI u otro Algodón más sostenible	25 160	17 913	17 518	20 333	-19 %
Algodón orgánico	4 043	4 327	12 476	15 602	+286 %
Poliéster reciclado	2 305	4 218	6 128	11 978	+420 %
Algodón en conversión	423	1 343	2 422	3 040	+619 %
Algodón reciclado	808	1 309	2 704	2 897	+258 %
LENZING™ ECOVERO™	17	931	1 475	1 338	+7 735 %
Poliamida reciclada	23	157	492	1 031	+4 458 %
Otros	357	247	663	1 722	+382 %
Otros materiales	26 991	24 598	16 385	8 890	-67 %
Poliéster	9 905	8 775	6 817	2 910	-71 %
Algodón	8 667	8 347	3 885	937	-89 %
Poliamida	1 563	1 462	1 077	855	-45 %
Elastano	642	572	671	755	+18 %
Fibra celulósica	2 807	1 991	907	727	-74 %
Acrílico	1 274	1255	722	387	-70 %
Otros (incluido PVC)	2 134	2 195	2 306	2 319	+9 %
Tonelaje total	60 126	55 042	60 263	66 833	+11 %

Seguiremos proporcionando a nuestros equipos nuevas herramientas de apoyo para la toma de decisiones como, por ejemplo, el módulo de simulación Peftrust, la herramienta para simular el impacto y los costes ambientales de los productos, a partir de 2026. Además, continuamos compartiendo con

nuestros equipos del departamento de colecciones los desafíos que plantea el ecodiseño: a finales de 2025, todos los empleados de este departamento recibieron una formación en un taller sobre el sector textil (la Fresque du textile). En octubre, también organizamos un Eco-Day, al que asistieron más de 130 personas, donde pudieron disfrutar de siete talleres temáticos (segunda mano, alquiler, fin de la vida útil, materiales reciclados posconsumo, impacto del producto, trazabilidad, impacto global de Kiabi), dirigidos con socios externos como Decathlon, Les Tissages de Charlieu, TextileGenesis™ o Peftrust.

En 2025, también implantamos el etiquetado medioambiental en el 59 % de nuestros productos (la iniciativa abarcó el 75 % de los productos textiles y la ropa interior). Este proyecto voluntario forma parte de una iniciativa nacional y colectiva, dirigida por el Gobierno francés y ADEME. Nuestra participación en esta iniciativa contribuye a nuestro deseo de desarrollar internamente una medida más precisa del impacto de nuestros productos y concienciar a los equipos del departamento de colecciones en este tema, al tiempo que brindamos a las familias herramientas para un consumo más informado acerca de temas ambientales.

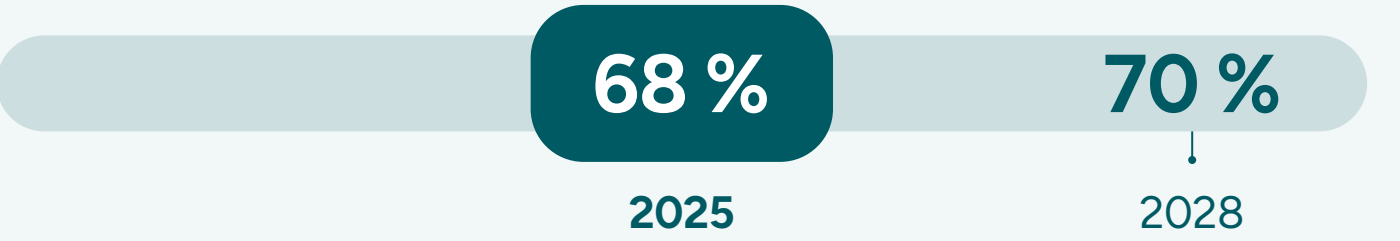
Hitos

- Simplificación y refuerzo de los requisitos de nuestro marco en cinco etapas para un diseño con menor impacto de los productos, incluido **el deseo de eliminar el algodón y el poliéster convencionales**. Hoy en día seguimos utilizando un 4 % de poliéster convencional y un 1,4 % de algodón convencional (que representa una disminución del 89 % en comparación con 2022) en los productos textiles.
- Creación de nuestro **indicador «esfuerzo en materiales¹»**, que integra el uso de fibras recicladas y fibras que tienen un menor impacto en el medio ambiente.
- **Implantación del etiquetado medioambiental** en el 59 % de los productos Kiabi (el 75 % de productos textiles y ropa interior).

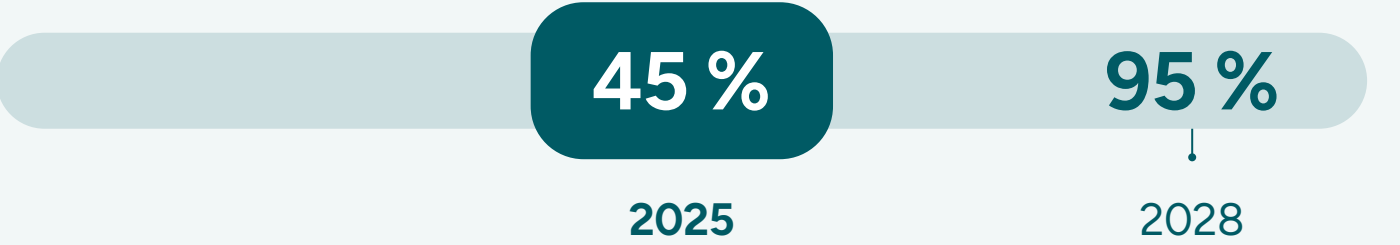
Indicadores clave 2025

% EN TONELAJE	2022	2023	2024	2025	Objetivo 2035
Fibras que tienen un menor impacto en el medioambiente (ponderadas al 40 %)	55 %	55 %	73 %	87 %	92 %
Fibras recicladas (ponderadas al 60 %)	5 %	10 %	16 %	26 %	42 %
Puntuación del esfuerzo en materiales¹	25	28	39	50	62

• **Proporción de fibras naturales** en nuestros productos textiles



• **Proporción de productos rastreados²** en nuestra herramienta Textile Genesis™



1. La puntuación del esfuerzo en materiales se calcula ponderando en un 60 % la tasa de fibras recicladas y en un 40 % la tasa de fibras que tienen un menor impacto en el medioambiente. En 2025, nuestra tasa de fibras recicladas era del 25 % y la de fibras que tenían un menor impacto en el medio ambiente era del 86 %.

2. Se considera que un producto se ha rastreado cuando hemos identificado y almacenado pruebas (certificaciones de fábrica, documentos de transacción, facturas, documentos de envío, volúmenes de pedidos, contactos, ubicación de la fábrica) procedentes desde los proveedores de fibras hasta el proveedor del producto terminado (incluidos los comerciantes) que han participado en la fabricación del producto. Y esto para cada pedido, independientemente de si los materiales están certificados o no.

2.2.3 Producción y proveedores

Dado que la fase de fabricación de los productos representa más de la mitad de nuestras emisiones de carbono, es esencial trabajar con nuestros proveedores para descarbonizar los centros de producción.

Modificar nuestra política de compras para gestionar mejor los riesgos sociales, ambientales y de trazabilidad

• Con nuestros proveedores directos de nivel 1 (fabricantes)

Con el fin de garantizar nuestros suministros en un contexto geopolítico internacional tenso, controlar los costes e integrar las consecuencias del calentamiento global, estamos adaptando nuestro plan de aprovisionamiento con nuestros fabricantes (proveedores de nivel 1). El objetivo es reducir gradualmente nuestra dependencia de Asia para reequilibrar las áreas de aprovisionamiento.

Para conseguirlo, estamos trabajando en la consolidación del número de proveedores de nivel 1 que trabajan para nosotros en estos países, con el fin de minimizar el impacto de este plan en nuestros proveedores estratégicos. Además, seguimos firmando acuerdos con proveedores en nuevos países como Benín, Egipto, Tanzania y Camboya. Estas nuevas relaciones comerciales también responden a nuestro deseo de favorecer la producción local para atender las áreas de distribución locales. Cada acuerdo con un proveedor nuevo se basa en un trío de auditorías: auditoría de calidad, auditoría social y auditoría ambiental.

• Con nuestros proveedores indirectos de los niveles 2 y 3 (tejedores e hilanderos)

En 2025, establecimos una nueva estrategia de proveedores que divide a los proveedores en dos tipos:

→ **las fábricas homologadas**, que incluyen a 30 socios. Nuestro objetivo es fabricar más volumen en estas fábricas, que cuentan con certificaciones

ambientales, están comprometidas con el uso de energías renovables y han obtenido resultados A o B en nuestras auditorías sociales y ambientales (consulte la página 52). Estos socios garantizan nuestra capacidad de apostar por inversiones al servicio de la calidad y de los objetivos ambientales y sociales.

→ **las fábricas autorizadas**, que cumplen con los requisitos mínimos de Kiabi (código de conducta, auditorías sociales y ambientales).

Homologar y habilitar a los proveedores de nivel 2 y 3 también nos permite aumentar la trazabilidad de nuestros tejidos y, por lo tanto, de nuestros productos, de modo que podemos medir mejor el impacto ambiental de estas etapas de fabricación.

• **Con nuestros proveedores de nivel 4, garantizando el cumplimiento de nuestros requisitos sociales y de calidad**

Descarbonizar la fabricación de nuestros productos

Para acelerar la descarbonización de la fase de fabricación de nuestros productos, trabajamos con los proveedores en tres ejes mediante la adopción de objetivos adaptados a las condiciones y madurez de los diferentes países y niveles:

→ **la eficiencia** de los procesos de fabricación,

→ el uso de **materias primas** de menor impacto,

→ el desarrollo de **las energías renovables**, en particular la electricidad renovable, mediante el favorecimiento de la producción de energía in situ o la firma de PPA (acuerdos de compra de energía, contratos a largo plazo con proveedores de energías renovables). En 2025, recordamos a los proveedores nuestras prioridades en este ámbito, como el objetivo de cero emisiones de carbono para 2027 para los proveedores de nivel 1, 2 y 3. Asimismo, estamos centrando nuestros esfuerzos en el uso de la biomasa como energía térmica, que no debe contribuir a la deforestación ni producirse a expensas de cultivos alimentarios.

También trabajamos con los proveedores en materia de eficiencia energética.

Así pues, en 2025 lanzamos un programa de un año con **la Universidad de Cambridge** (Institute of Manufacturing), que por primera vez implementó su método Sustain 8 en Asia para la industria textil, con uno de nuestros principales proveedores en Bangladesh. Este método tiene como objetivo ayudar a los fabricantes a mejorar su eficiencia energética mediante el análisis de su consumo de energía y su rendimiento operativo. A continuación, ayudan al personal de la fábrica a identificar y supervisar los planes de acción y los programas de transformación. Este programa se está probando en dos fábricas, que han fijado una serie de objetivos que pretenden alcanzar al final del programa: una reducción del 4 % en el consumo de electricidad en la hilandería, del 5 % en el consumo de electricidad y del 3 % en el consumo de energía térmica (gas y biomasa) para la fábrica de tejeduría de punto y tintado.

Recopilar datos ambientales de los proveedores

Además de nuestras auditorías de cumplimiento normativo en materia medioambiental, desde 2023 tenemos implantada una herramienta para recopilar datos ambientales de nuestros proveedores y elaborar un plan de acción para mejorar sus resultados. Esta herramienta evalúa el rendimiento y el impacto de las fábricas en relación con el uso de energía y agua, la descarga de aguas residuales y la gestión de los residuos. También valoramos el establecimiento y la certificación de un sistema de gestión ambiental, así como las certificaciones de edificios como BREEAM o LEED. En 2025, ampliamos el alcance de los proveedores evaluados, lo que nos permitió desarrollar una visión más precisa del desempeño de nuestra cadena de suministro. También nos basamos en datos más fiables recopilados a través del cuestionario sectorial HiggFEM, elaborado por Cascale. En 2025, recopilamos datos ambientales (sobre el año natural 2024) de:

→ **244 fábricas de nivel 1**, frente a las 220 del año anterior. Entre ellas, 96 fábricas que produjeron para las colecciones verano/invierno 2025 obtuvieron la distinción «Green». Estas fábricas representan el 32 % de las cantidades producidas por Kiabi.

→ **302 fábricas de nivel 2**, frente a las 25 del año anterior.

→ **47 fábricas de nivel 3**, frente a las 15 del año anterior.

Nuestro objetivo es realizar nuestras compras en fábricas «Green».

Hitos

→ Incorporación de **nuevos proveedores** en Benín, Egipto, Tanzania y Camboya como parte de nuestro nuevo plan de aprovisionamiento para proteger nuestro modelo frente al contexto geopolítico internacional y las consecuencias del calentamiento global.

→ Aumento significativo del **número de proveedores** que facilitan sus datos ambientales en nuestra herramienta interna: 593 fábricas de nivel 1, 2 y 3, en comparación con las 260 del año anterior.

→ Experimento sobre **eficiencia energética** con uno de nuestros proveedores en Bangladesh y la Universidad de Cambridge.

Indicador clave 2025

El 32 % de los volúmenes de Kiabi se producen en fábricas que han obtenido el distintivo de **«Green»** a través de nuestra herramienta interna

2.2.4 Trazabilidad y certificaciones

Para reducir nuestras emisiones de carbono es necesario disponer de datos fiables de toda la cadena de valor. Por lo tanto, estamos progresando en la trazabilidad de los datos ambientales de nuestros proveedores para controlar la medición del impacto y, al mismo tiempo, hacer frente a otros desafíos:

→ Conocer con precisión la **cadena de suministro**, saber de qué regiones provienen los materiales, en qué fábricas y qué proveedores han fabricado nuestros productos.

→ **Controlar los riesgos de calidad**, al permitir detectar diferencias en la composición, los estándares y las cantidades de los pedidos realizados.

→ Cumplir diversas **normativas**, como la ley AGECE en Francia, y anticiparnos a ciertas obligaciones futuras, como el pasaporte digital de productos a nivel europeo.

Nuestras nuevas herramientas de trazabilidad

A finales de 2025, incorporamos a 115 proveedores asiáticos de productos textiles y calzado, que representan el 100 % de nuestro panel de proveedores activos de nivel 1 en estas categorías, a nuestra herramienta de trazabilidad: **Textile Genesis™**. Esta herramienta integra la autenticación de terceros y las comprobaciones automáticas para una recopilación de datos más fiable. De esta manera, recopilamos información como:

- la persona de contacto en el proveedor,
- la ubicación de la fábrica,
- el conjunto de productos fabricados,
- las certificaciones relativas al producto, la fábrica o los aspectos sociales,
- las facturas,
- los documentos relacionados con el envío de pedidos,
- y, opcionalmente, los documentos relacionados con las transacciones.

Continuamos con nuestra labor de sensibilización para incluir a otros proveedores en esta herramienta y, en particular, a los proveedores europeos.

A partir de 2026, estos datos también se utilizarán para calcular el coste ambiental de nuestros productos, que se comparte con los clientes desde noviembre de 2025 en nuestro sitio web. Esta medida forma parte de la implantación del proyecto voluntario de etiquetado medioambiental en Francia (consulte la página 61 para obtener más información sobre nuestro proyecto de etiquetado medioambiental).

Esto permitirá una mayor precisión en el cálculo de este coste. El coste

ambiental de los productos también se implementará internamente a través de una herramienta de simulación para ayudar a los equipos de los departamentos de colecciones y compras a tomar decisiones. Esta herramienta constituirá un nuevo indicador de impacto ambiental supervisado por los equipos implicados.

Nuestras certificaciones

También confiamos en las certificaciones para garantizar la trazabilidad de ciertos materiales, como el algodón procedente de la agricultura ecológica o algunos materiales reciclados.

En 2025, **Ecocert Greenlife** (número de licencia 271 316) volvió a realizar una auditoría de nuestra compañía, aunque en esta ocasión el proceso cubrió nuestros tres almacenes principales. El pasado año, por primera vez, comenzamos a incluir las certificaciones **GOTS (Global Organic Textile Standard)**, **OCS (Organic Content Standard)**, **GRS (Global Recycled Standard)** y **RCS (Recycled Claim Standard)** y **RCS (Recycled Claim Standard)** en las etiquetas de nuestros productos y en las fichas de productos del sitio web de Kiabi para compartir esta información con los clientes. Estos datos contribuyen a nuestro trabajo para conseguir ser transparentes con nuestros clientes, ya que se trata de información fiable auditada por organismos externos. En 2025, también probamos la certificación **Cradle to Cradle®** en una colección de ropa para bebés y niños confeccionada con un 100 % de algodón procedente de la agricultura ecológica. La certificación Cradle to Cradle® es una iniciativa multicriterio basada en la ciencia para diseñar, producir y rastrear productos. En ella se integran las cuestiones relacionadas con la circularidad y una fabricación que tiene en cuenta los problemas ambientales y humanos.

Trazabilidad del algodón

Estamos especialmente atentos a la trazabilidad del algodón, que representa el 64 % de nuestras materias primas. Por este motivo, nos hemos adherido al US Cotton Trust Protocol®, que garantiza la trazabilidad de los fardos de algodón producidos en territorio estadounidense hasta el nivel 4.

También somos socios de Oritain para determinar el origen geográfico del algodón que utilizamos. Oritain ha desarrollado efectivamente un método científico basado en el análisis biológico de la fibra de algodón que permite determinar el área de producción.

Por último, en 2025 realizamos un experimento con nuestros socios Organic Cotton Accelerator (OCA) y US Cotton Trust Protocol® para calcular las emisiones de CO₂ por kilo de algodón producido a escala de las parcelas de las plantaciones. Estos datos nos permitieron completar un estudio comparativo de las emisiones relacionadas con las distintas fibras utilizadas en Kiabi, con el fin de compartir esta información con los equipos del departamento de colecciones para que sean conscientes de lo que representa.

Hitos

- Implementación de nuevas herramientas para desarrollar la **trazabilidad** y la **recopilación de datos** de nuestros proveedores: TextileGenesis™ y Higg Index (Cascade)
- Mostrar las **certificaciones de materiales** en las etiquetas de nuestros productos y en el sitio web de Kiabi para una mayor transparencia de cara a nuestros clientes

Indicador clave 2025

El **100 %** de nuestros proveedores asiáticos activos de nivel 1 (productos textiles y calzado) se han incorporado a Textile Genesis™

2.2.5 Transporte y logística

Nuestras principales medidas para descarbonizar las actividades de transporte y logística se basan en limitar el uso del transporte aéreo, el uso de soluciones multimodales para el transporte a las tiendas y la optimización geográfica de los flujos.

Actividades de transporte

TRANSPORTE	2022	2023	2024	2025	Var. 22/25
Transporte a los almacenes					
Salida del país de origen					
Marítimo	94 %	95 %	95 %	96 %	+2 pts
Aéreo (incluido marítimo y aéreo)	3 %	1 %	2 %	1,7 %	-1 pt
Ferrovioario	3 %	0 %	0 %	0 %	-3 pts
Por carretera	0 %	4 %	3 %	2,6 %	+3 pts
Llegada a Europa					
Por carretera con diésel	88 %	80 %	48 %	35 %	-53 pts
Por carretera con biocombustibles (B100, HVO)	0 %	0 %	44 %	61 %	+61 pts
Multimodal (tren + barcaza)	12 %	20 %	8 %	4 %	-8 pts
Transporte a las tiendas					
Por carretera	92 %	91 %	90 %	90 %	-2 pts
Marítimo	7 %	9 %	9 %	9,1 %	+2 pts
Aéreo (incluido marítimo y aéreo)	0 %	0 %	1 %	0,9 %	+1 pt

En 2025, nuestras actividades de transporte seguirán viéndose afectadas por la **suspensión de las operaciones marítimas a través del Canal de Suez**, decidida por muchos armadores ante los riesgos a los que se debe hacer frente en esta área geográfica. El desvío implantado para conectar Asia con Europa a través del Cabo de Buena Esperanza ha aumentado los tiempos de tránsito y ha afectado a nuestras emisiones de CO₂ debido a los kilómetros adicionales recorridos. Asimismo, ante el incremento de la actividad en 2025 y para garantizar el suministro durante determinadas campañas comerciales, hemos tenido que **utilizar medios aéreos para el 1,7 % de nuestro transporte de entrada**, lo que ha supuesto un aumento de nuestra huella de carbono.

Este contexto de producción ajustada también ha tenido consecuencias en el uso de flujos multimodales entre puertos y almacenes. Sin embargo, hemos limitado el la huella de carbono al cambiar parte de nuestro transporte por soluciones con bajas emisiones de carbono para promover el uso de biocombustibles. Con respecto al transporte a las tiendas, seguimos incrementando el uso de biocombustibles, biogás y energía eléctrica: en Francia, el **67 % de las tiendas recibieron los suministros con camiones que utilizaban este tipo de energía**. Nuestra ambición es conseguir que esta cifra llega al 100 % en 2027.

Por último, también continuamos con nuestras pruebas para utilizar soluciones en el **«último kilómetro»** en las entregas de comercio electrónico, con la implementación de soluciones como WePost (envío a través de pasajeros de tren). Queremos seguir trabajando en estos temas en colaboración con los transportistas de comercio electrónico. Por ese motivo organizamos talleres y mesas redondas en 2025 para presentarles nuestros objetivos en relación con estas cuestiones, pero también para encontrar soluciones comunes y formas de apoyarlos adecuadamente en la descarbonización de las actividades de comercio electrónico. Para continuar con nuestro viaje hacia la descarbonización de las actividades de transporte, volvimos a comprometernos en 2025 con el **programa Fret 21**, un programa francés para el compromiso voluntario de los actores del transporte en cuestiones climáticas, que cuenta con el apoyo de ADEME.

El alcance se ha ampliado hasta el transporte relacionado con nuestras actividades de comercio electrónico, lo que permite cubrir el 100 % de las actividades de transporte controladas por Kiabi. Además, en 2025, ADEME nos premió como la empresa con el mejor progreso en la reducción de la huella de carbono en sus actividades de transporte.

Actividades logísticas

Con respecto a nuestras actividades logísticas, en 2025 revisamos nuestro plan estratégico para 2030, que se basa en cuatro áreas de acción, incluida una dedicada a reducir la huella de carbono de nuestras actividades logísticas. El objetivo es reducir en un 13 % las emisiones de CO₂ en los flujos de exportación fuera de Europa. Para lograr este objetivo, hemos determinado la creación de una nueva área logística de suministro en el centro de nuestras zonas de distribución, además de nuestras áreas del norte y del sur de Europa.

Hitos

- Continuación de la **suspensión de las operaciones marítimas a través del Canal de Suez**
- Reincorporación al **programa Fret 21** con el apoyo de ADEME

Indicadores clave 2025

Reducción del uso del transporte aéreo para realizar los transportes de entrada: el **1,7 %** en 2025 frente al 3 % en 2022

El **67 %** de las tiendas francesas reciben las mercancías con medios de transporte de bajas emisiones de carbono

Esta tercera área nos permitirá evitar el paso por Europa en las entregas de nuestros países franquiciados y evitar los costes ambientales y financieros en los que se incurría hasta ahora. También se pondrá en marcha para reducir los plazos de envío y la cantidad de semanas de existencias de los productos.

2.2.6 Construcción y explotación de centros y tiendas

Nuestros activos fijos son responsables de algo menos del 2 % de las emisiones de carbono. Durante la construcción y explotación de nuestros edificios, las principales áreas para reducir nuestras emisiones se refieren al aislamiento de los edificios y a la reducción del consumo de energía.

Construcción y análisis del ciclo de vida aplicado al sector inmobiliario

Para hacer frente a los desafíos ambientales, Etixia ha definido tres KPI relacionados con las emisiones de carbono, el consumo de energía y la biodiversidad. Más concretamente, la descarbonización se controla mediante dos KPI:

- la intensidad de carbono de la edificación, que expresa el peso equivalente de CO₂ por m² de las superficies construidas en un año. El objetivo es una disminución anual del 2 %.
- la intensidad de carbono de la explotación, que expresa el peso equivalente de CO₂ por m² del consumo de energía relacionado con el uso de los edificios. El objetivo es una disminución anual del 5 %.

Como parte de la consecución de estos objetivos, en 2025 los equipos de Etixia sistematizaron la implementación de los análisis del ciclo de vida en todos los proyectos inmobiliarios (construcción, rehabilitación, reestructuración).

En cuanto al consumo de energía, Etixia encargó a un proveedor externo que identificara los centros con un mayor consumo para iniciar obras de mejora del aislamiento y concienciar a los inquilinos sobre la explotación de sus edificios. En 2025, se renovaron siete cubiertas del parque inmobiliario de Etixia para compensar las pérdidas de energía.

Explotación de las tiendas

El principal impacto vinculado a las emisiones de gases de efecto invernadero en relación con la explotación de nuestras tiendas proviene del consumo de energía. **En 2025, nuestro consumo de energía en las tiendas francesas disminuyó un 7 % en comparación con 2024.** Nuestro objetivo era lograr una disminución del 10 %. Sin embargo, las olas de calor que se produjeron en Francia durante el verano de 2025 provocaron un aumento del consumo de energía vinculado al uso del aire acondicionado, lo que repercute en nuestra huella anual. Continuamos con los proyectos emprendidos:

- sustitución de la iluminación de las tiendas por lámparas LED. De este modo, en 2025 se instaló iluminación LED en 210 tiendas francesas;
- control remoto mediante la programación de horarios de la iluminación, el aire acondicionado y la calefacción de nuestras tiendas, a través de un sistema de gestión técnica de edificios, para controlar y regular un consumo justo. En 2025, el 100 % de las tiendas francesas contaban con estos sistemas;
- la reutilización sistemática de la iluminación y del mobiliario en buenas condiciones tras la renovación o el rediseño de nuestras tiendas. En 2025, 10 tiendas pudieron disfrutar de este tipo de equipos.

En 2026 continuaremos con estos proyectos, en particular con una inversión significativa en nuevos dispositivos de climatización que consuman menos energía, para 12 de nuestras tiendas francesas.

Hito

→ Implementación **de análisis del ciclo de vida** en todos los proyectos nuevos de nuestra inmobiliaria Etixia.

Desafíos climáticos que debemos superar

→ Ante nuestro éxito comercial, lograr nuestra **trayectoria de carbono** en términos absolutos y en intensidad, y activar nuevas palancas que nos permitan volver a estar alineados con las ambiciones científicas

→ Conciliar la **sostenibilidad física** y la **trayectoria de emisiones de carbono**

→ **Lograr un mayor nivel de detalle en nuestra capacidad para modelar el impacto de las emisiones de carbono** e integrar nuestras palancas de acción adicionales, como la calidad, la reparación, la sustitución de los productos de primera mano por los de segunda mano, etc.

→ **Prepararse para gestionar y hacer que todas las evaluaciones ambientales sean fiables**, en particular las relacionadas con el carbono

→ Seguir mejorando la trazabilidad en toda nuestra cadena de valor, aumentando nuestros requisitos de **certificación de materiales** e incluyendo cada vez más proveedores y más categorías de productos en la herramienta TextileGenes™

→ **Desarrollar nuestro datalake de múltiples fuentes** para mejorar la trazabilidad y cumplir con determinadas obligaciones reglamentarias futuras (como el pasaporte digital de productos)

→ **Ganar en agilidad** y en **proactividad** para activar de la mejor manera posible todas las palancas de descarbonización, en particular las relacionadas con la producción, y gestionar nuestra trayectoria de emisiones de carbono lo más fielmente posible

2.

Medioambiente

2.3. Explotación de recursos hídricos y su contaminación

2.3.1 Evaluación del consumo de agua

En 2025, redujimos nuestro consumo neto de agua dulce en un 19 % en comparación con 2022, en línea con nuestro objetivo de reducirlo en un 16 %.

Nuestro consumo neto de agua dulce fue de 177 millones de m³ para nuestras actividades. Nuestro objetivo para 2035 sigue siendo reducir este consumo en un 40 % (en comparación con 2022). También planeamos trabajar en la redacción de un nuevo indicador para medir la contaminación del agua.

INTENSIDAD DEL CONSUMO DE AGUA RESPECTO AL VOLUMEN DE NEGOCIOS	2022	2023	2024	2025	Var. 22/25	Objetivo 2035
Facturación en millones de euros	2 201	2 216	2 319	2 494	+13 %	6 000
Consumo neto de agua dulce en Mm³	218	159	176	177	-19 %	131
Intensidad VN por m³ de agua	99	71,7	75,9	71,1	-28 %	22

2.3.2 Materiales y diseño

El algodón por sí solo representa el 64 % de los tonelajes de materias primas utilizadas para todos nuestros productos. Con el fin de reducir el alto consumo de agua necesario para su cultivo y los impactos asociados al uso de pesticidas, estamos fomentando el uso de algodón reciclado, que representa el 4,3 % de las toneladas de materias primas utilizadas para fabricar los productos Kiabi.

Asimismo, estamos fomentando el uso de ciertos tipos de algodón cuyo cultivo tiene menos impacto en términos de uso de agua y pesticidas:

→ **Algodón procedente de agricultura ecológica.** Este tipo de cultivo no utiliza semillas modificadas genéticamente ni fertilizantes sintéticos y conlleva un riego racional. El algodón procedente de la agricultura ecológica representa el 23,3 % de las toneladas de materias primas utilizadas para todos nuestros productos.

→ **Algodón en conversión,** con el fin de apoyar a los agricultores en su transición entre la agricultura convencional y la ecológica. El algodón en conversión representa el 4,5 % de las toneladas de fibras utilizadas en Kiabi. Para contribuir al desarrollo de esta oferta, en 2021 nos unimos a la iniciativa Organic Cotton Accelerator (OCA), que tiene como objetivo apoyar el desarrollo de una oferta mundial de algodón orgánico mediante la participación de todos los actores del sector textil, desde los agricultores hasta los fabricantes. Desde 2024, hemos reforzado este compromiso al formar parte de la junta directiva de la OCA.

→ **Algodón procedente de la agricultura regenerativa¹,** con nuestro socio Reforest'Action, que contribuye a mantener la hidratación del suelo mediante la plantación de árboles en parcelas de cultivo gestionadas por OCA, con el fin de integrar estos esfuerzos en nuestra cadena de valor.

1. Implantación de los cuatro principios de la agricultura regenerativa: rotación de cultivos, arado escaso o nulo, cobertura del suelo, agrosilvicultura.

2.3.3 Procesos de fabricación

Con el fin de reducir el uso y la contaminación del agua durante la fase de fabricación de nuestros productos, llevamos varios años alentando a nuestros proveedores a utilizar procesos que consuman menos agua:

→ **Procesos de lavado y prelavado que consumen menos agua:** estos procesos, que ya se utilizan en todos nuestros vaqueros, se ampliaron en 2025 a todas las categorías de productos que requieren lavado, como camisas o camisetas, lo que representa un total de un tercio de los productos Kiabi. Esta

técnica se caracteriza por: la realización de una auditoría medioambiental en la fábrica correspondiente, la reducción de las sustancias químicas utilizadas durante el lavado a la piedra 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). Estos procesos nos permitieron ahorrar 479 millones de litros de agua en las campañas de compra de productos de 2025.

→ **Sin tintes:** no se utilizan lejías ni tintes durante el proceso. Un producto sin teñir ahorra una cantidad significativa de agua dulce.

→ Pruebas con tintes **que consumen menos agua.**

En 2025, redefinimos internamente tres niveles de progreso para evaluar y guiar a nuestros proveedores en este tema:

→ **nivel bronce:** utilizar al menos uno de los procesos de lavado a la piedra/ prelavado que consumen menos agua o usar un sistema de reutilización del agua (con al menos un 80 % de agua reutilizada);

→ **nivel plata:** utilizar al menos uno de los procesos de lavado a la piedra/ prelavado y usar un sistema de reutilización del agua (con al menos el 80% del agua reutilizada) o utilizar un 100 % de procesos de lavado/ prelavado que consumen menos agua;

→ **nivel oro:** utilizar un 100 % de procesos de lavado a la piedra o prelavado que consumen menos agua y usar un sistema de reutilización del agua (con al menos el 80% del agua reutilizada).

En 2025, también iniciamos un proceso de certificación OEKO-TEX® STeP con nuestros proveedores que tienen fábricas de prelavado y lavado, con el fin de obtener, una vez finalizado el proceso, la etiqueta de trazabilidad Made in Green. 11 fábricas han obtenido la certificación OEKO-TEX® STeP.

2.3.4 Combatir la contaminación química del agua

El uso de sustancias químicas para fabricar nuestros productos requiere una estrategia extremadamente responsable, a fin de controlar los

riesgos de contaminación del agua y del medioambiente y preservar la salud de los trabajadores que fabrican los productos y de las familias que los utilizan.

Es un desafío prioritario para Kiabi. Por eso, por supuesto, nos alineamos con la legislación internacional que regula el uso de sustancias en la fabricación de los productos o en el producto acabado, como el reglamento europeo REACH.

Asimismo, estamos trabajando con muchos de los actores principales de la distribución dentro del grupo AFIRM (Apparel and Footwear International RSL Management) para actualizar la lista de sustancias restringidas (RSL). Como parte de nuestro proceso de mejora continua y para actuar directamente en nuestra cadena de suministro, también nos convertimos en **signatarios de la organización ZDHC** (Zero Discharge of Hazardous Chemical) en 2024. Este programa apunta al ambicioso objetivo de «cero descargas de productos peligrosos», con el fin de reducir los impactos en el agua y la biodiversidad.

Nuestro compromiso con el programa Roadmap to Zero de ZDHC nos permitirá controlar aún más rigurosamente la gestión y el uso de sustancias químicas durante la producción. El objetivo es continuar con nuestra estrategia para reducir el impacto ambiental a fin de gestionar, controlar y limitar la contaminación del agua y el aire durante nuestros procesos de fabricación, e ir más allá de las regulaciones actuales (en particular REACH).

En 2026, comenzaremos, por ejemplo, **el proyecto Clearstream** de ZDHC con nuestros proveedores para medir y reducir los impactos ambientales en el agua. Para garantizar la máxima seguridad frente a los riesgos químicos, Kiabi confía en la certificación OEKO-TEX® STANDARD 100. En 2025, el 78 % de todos nuestros productos textiles (en número de piezas) se benefició de esta certificación, incluido más del 98 % de los productos de nuestra gama para bebés, lo que representa un aumento del 14,7 % en comparación con 2024. En 2025, todas las fibras recicladas y el algodón procedente de la agricultura ecológica estarán dentro del alcance de los certificados OEKO-TEX® STANDARD 100. Estamos trabajando con los equipos de compras a través de importadores para aplicar el mismo enfoque.

2.3.5 Construcción y explotación de centros y tiendas

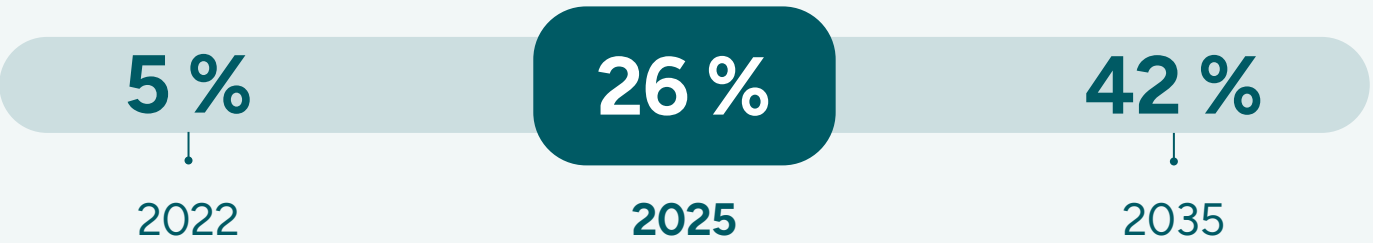
En cuanto a la explotación de nuestros centros, para detectar fugas de agua de forma anticipada e intervenir lo antes posible, en octubre de 2025 instalamos contadores con sondas en 57 de nuestras 322 tiendas propias en Francia. Nuestro desafío es contribuir a la preservación de los recursos hídricos y ahorrar un 15 % en nuestro consumo anual en las tiendas.

Indicadores clave 2025

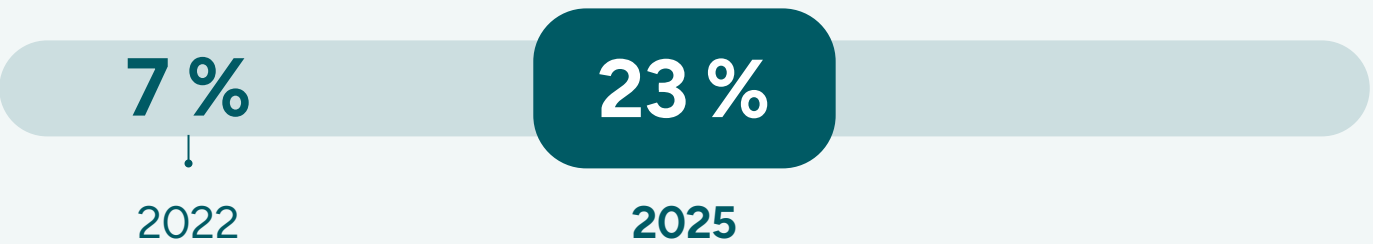
• Consumo neto de agua dulce (m³)



• Proporción de fibras recicladas en todos nuestros productos



• Proporción de productos diseñados con algodón procedente de agricultura ecológica



Hitos

- Uso de **procesos industriales de lavado que consumen menos agua** para todos los productos Kiabi que requieren lavado
- **Orientar a nuestros proveedores** sobre el consumo de agua en tres niveles
- **Kiabi refuerza su posición** en el capital de Everdye a través del fondo de inversión Asterion, con el fin de seguir mejorando en la reducción de los impactos ambientales asociados a los procesos de teñido industrial

Los desafíos que debemos superar en relación con los recursos hídricos y su contaminación

- Fomentar el uso de **materiales reciclados** para alcanzar el 42% de fibras y materiales reciclados en nuestros productos en 2035
- Definir una estrategia y llevar a cabo un plan de acción relacionado con la **gestión del agua**
- **Prepararse para gestionar y hacer que todas las evaluaciones ambientales sean fiables**, en particular las relacionadas con la gestión del agua
- Incluir una **nueva medida** sobre la contaminación del agua

2.

Medioambiente

2.4 Biodiversidad y uso del suelo



2.4.1 Evaluación sobre el índice de uso del suelo

En 2025, nuestra tasa de uso de la tierra fue de 97 066 hectáreas, un aumento del +6 % en comparación con 2022. Al igual que con nuestra huella de carbono, el aumento de los volúmenes producidos y comercializados por Kiabi explica este aumento. Además, incluimos en este informe los impactos relacionados con el aumento del uso del algodón procedente de la agricultura ecológica, cuya huella en el suelo es mayor que la de los cultivos convencionales.

2.4.2 Materiales

Nuestro impacto en los suelos proviene principalmente del uso del algodón, que representa el 64 % de las toneladas de materias primas que utilizamos para todos nuestros productos.

Materiales reciclados

La principal herramienta en cuanto a materiales para reducir el índice de uso del suelo es fomentar el uso de materiales naturales reciclados, así como la optimización del uso de materias primas naturales vírgenes. Por lo tanto, en 2025, utilizamos un 4,3 % de fibras de algodón recicladas para fabricar nuestros productos.

Materias primas vírgenes

Para reducir los impactos en los suelos y la biodiversidad asociados con el cultivo del algodón, que consume muchos pesticidas en su enfoque convencional, estamos fomentando el uso de:

→ **Algodón reciclado**, que reduce los impactos en los suelos asociados al uso de fibras vírgenes.

→ **Algodón procedente de agricultura ecológica**. Este tipo de cultivo no utiliza semillas modificadas genéticamente ni fertilizantes sintéticos.

→ **Algodón en conversión**, con el fin de apoyar a los agricultores en su transición entre la agricultura convencional y la ecológica. Para contribuir al desarrollo de esta oferta, en 2021 nos unimos a la iniciativa Organic Cotton Accelerator (OCA), que tiene como objetivo apoyar el desarrollo de una oferta mundial de algodón orgánico mediante la participación de todos los actores del sector textil, desde los agricultores hasta los fabricantes. Desde 2024, hemos reforzado este compromiso al formar parte de la junta directiva de la OCA.

→ **Algodón procedente de la agricultura regenerativa¹, con nuestros socios Reforest'Action**, OCA y US Cotton Trust Protocol®.

Para seguir ampliando la gestión de nuestro impacto en los suelos y la biodiversidad, llevamos desde 2020, y en colaboración con Reforest'Action, experimentando con proyectos que integran soluciones basadas en la naturaleza, por un lado, mediante el apoyo a la regeneración de los ecosistemas forestales en varios países desde ese mismo año y, por otro lado, con un proyecto de agricultura regenerativa que incluye un enfoque socioeconómico que también beneficia a los agricultores implicados.

En 2025, realizamos una prueba en la provincia de Odisha en la India, en parcelas gestionadas por OCA. Además del ahorro de agua conseguido, la limitación de la erosión del suelo y la preservación de la biodiversidad local, este experimento aumentó los ingresos de los agricultores mediante la venta de productos de árboles frutales plantados. Estamos estudiando la posibilidad de extender esta iniciativa a otras provincias, como la de Madhya Pradesh.

1. Implantación de algunos principios de la agricultura regenerativa: rotación de cultivos, arado escaso o nulo, cobertura del suelo, agrosilvicultura.

Procesos de fabricación

Para evaluar y optimizar nuestro consumo de algodón, realizamos una prueba en 2025 con US Cotton Trust Protocol® y uno de nuestros

proveedores de Bangladesh. El propósito de esta prueba era medir las pérdidas de algodón en cada etapa de la producción, desde la recepción de la bala de algodón hasta el producto terminado.

Comparamos dos tipos de algodón: un algodón brasileño y un algodón de US Cotton Trust Protocol®. Actualmente se están estudiando los resultados de la prueba, que arrojarán más luz sobre los costes y la calidad de las fibras utilizadas. Tras esta prueba, la filial técnica de US Cotton Trust Protocol®, Cotton USA Solutions, también ayudará a nuestro proveedor a ajustar las máquinas de la fábrica y minimizar las pérdidas de material durante las distintas etapas de fabricación.

2.4.3 Explotación de centros y tiendas

El sector inmobiliario comercial está directamente relacionado con el tema **de la artificialización del suelo**, ya que ha contribuido mediante la creación de áreas comerciales en las afueras de las ciudades. En la actualidad, la estrategia y el enfoque de Etixia se orientan sin duda hacia la transformación y la mejora de las áreas existentes.

Entre las áreas de mejora, se aprecia un esfuerzo por fomentar la revegetación de los espacios. Para controlar este proyecto se utiliza **el CBS (coeficiente de biotopo por superficie)**, que evalúa la vegetación existente en todos los componentes de un sitio urbanizado (aparcamiento, paredes, tejados, etc.). Nuestro objetivo es un aumento anual del 8 % del CBS en los activos incluidos en programas de transformación.

Hitos

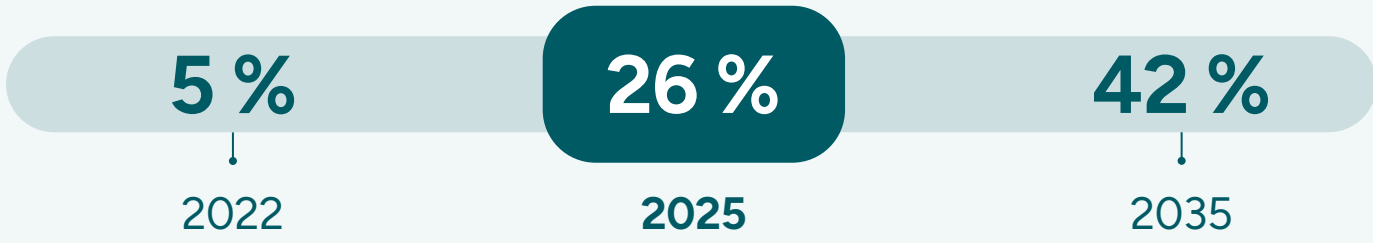
- **Realización de pruebas** con nuestro socio Reforest'Action en la India en una parcela de OCA (Organic Cotton Accelerator).
- **Realización de un experimento para limitar las pérdidas de algodón** en la cadena de producción con uno de nuestros socios en Bangladesh y US Cotton Trust Protocol®.

Indicadores clave 2025

• Uso del suelo (ha)



• Proporción de fibras recicladas en todos nuestros productos



23 % de los productos hechos de algodón procedente de la agricultura ecológica

Desafíos que debemos superar en cuanto a la biodiversidad y el uso del suelo

- Definir una **estrategia** y llevar a cabo un **plan de acción** integral a favor de la biodiversidad que incluya a nuestra empresa inmobiliaria Etixia
- Prepararse para **gestionar** y **hacer que todas las evaluaciones ambientales sean fiables**, en particular las que protegen la biodiversidad
- **Seguir realizando pruebas** con nuestro socio Reforest'Action para ampliar su alcance
- **Mejorar el rendimiento** del cultivo y la producción de nuestras fibras naturales

2.

Medioambiente

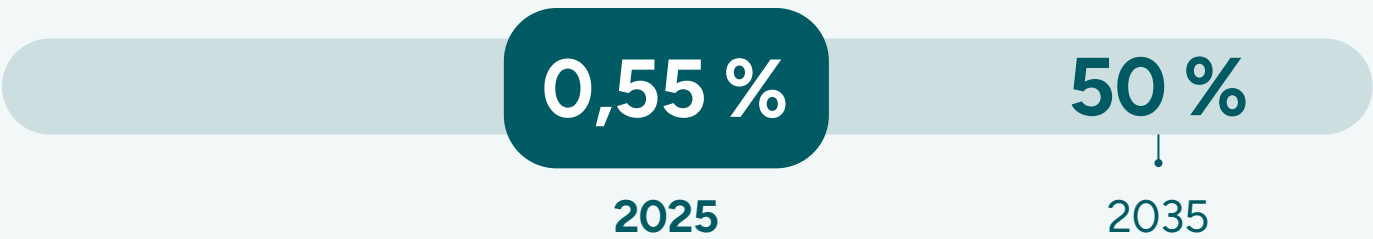
2.5 Explotación de recursos y economía circular

2.5.1 Evaluación sobre la explotación de los recursos y la economía circular

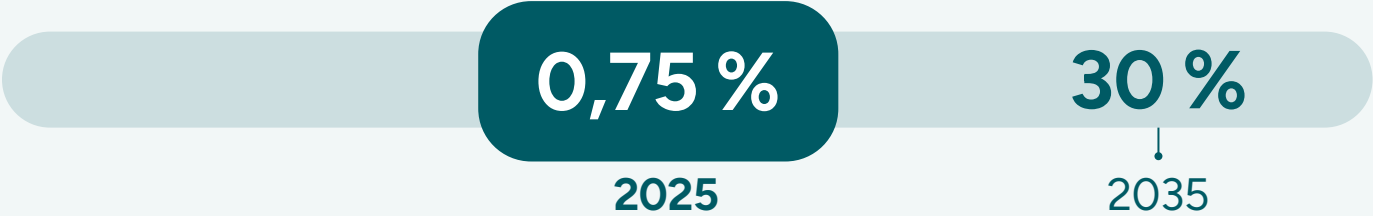
Los indicadores en los que nos basamos para el desarrollo de la economía circular son el porcentaje de nuestros productos vendidos de segunda mano, así como la parte menos significativa de la facturación, que incluye los productos de segunda mano, las personalizaciones, las suscripciones al programa «En familia +» y las actividades de retail media. En 2025, los artículos de segunda mano representaron el 0,55 % de los productos vendidos por Kiabi y el volumen de negocios menor impacto se situó en el 0,75 %. Estos resultados no nos permitieron alcanzar nuestros objetivos establecidos en el 1,6 % y el 1,1 %, respectivamente. También estamos trabajando en el uso de materiales reciclados y estamos realizando experimentos para fabricar nuestros productos textiles a partir de residuos posindustriales o posconsumo (consulte la página 35).

Indicadores clave 2025

• **Proporción de productos de segunda mano de la totalidad de artículos vendidos por KIABI**



• **Proporción del volumen de negocios calificado como de menor impacto**



En 2025, nombramos a un responsable de circularidad, que se encargó de redactar nuestro primer plan estratégico de circularidad «de circuito cerrado». El objetivo de este plan es identificar soluciones industriales, tecnológicas y digitales para hacer frente a los problemas de circularidad en todos los niveles de nuestra cadena de valor, desde el material hasta el cliente final.

2.5.2 Materiales y diseño

Nuestra principal herramienta para reducir el uso de los recursos naturales y fomentar la circularidad se basa en el uso de **fibras recicladas**. En la actualidad, utilizamos un 26 % de estas fibras en nuestros productos y nuestro objetivo es alcanzar el 35 % en 2028 y el 100 % para las fibras sintéticas recicladas.

En 2025, reforzamos los criterios de nuestro marco de cinco etapas para reducir el impacto ambiental de nuestros productos, incluido el deseo de eliminar el uso de poliéster convencional en nuestros productos textiles (consulte la página 20 para ver el marco de diseño que tiene menos impacto en el medioambiente). Hoy en día todavía tenemos un 4 % de poliéster convencional y un 1,4 % de algodón convencional.

Con el objetivo de fomentar este tema, que es una herramienta importante para reducir el uso de recursos, lo hemos integrado en nuestro indicador de «esfuerzo en materiales». Este se calcula ponderando en un 60 % la tasa de fibras recicladas y en un 40 % la tasa de fibras que tienen un menor impacto en el medioambiente, como el algodón procedente de agricultura orgánica, por ejemplo (consulte la página 21 para ver nuestra lista de los materiales que tienen menos impacto en el medioambiente).

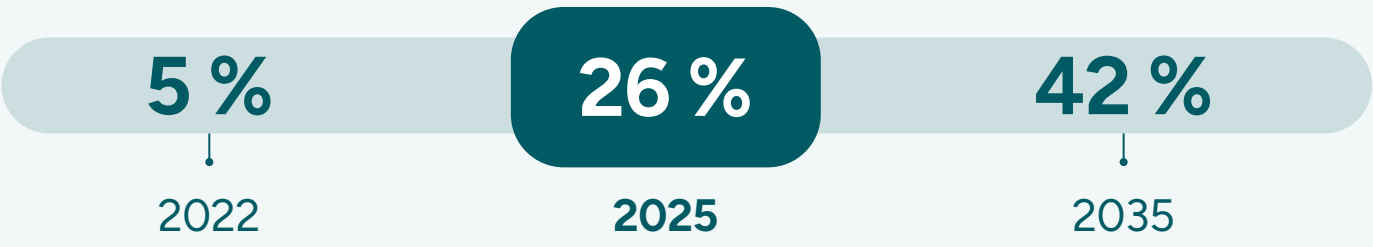
También controlamos la proporción de nuestros productos con **composición única** para lograr que su reciclaje sea más sencillo: en 2025, el 48 % de nuestros productos textiles tenían una composición única.

Hito

→ Refuerzo de los criterios de nuestro marco de cinco etapas para **reducir el impacto ambiental de nuestros productos**, incluido el deseo de eliminar el poliéster y el algodón convencionales para fomentar el uso de materiales reciclados

Indicador clave 2025

• **Proporción de fibras recicladas en nuestros productos**



Primeros experimentos «textil a textil»

En 2025, iniciamos tres pruebas para fabricar nuestros productos a partir de residuos textiles:

→ Para finales de 2025, habíamos reciclado cuatro toneladas de algodón desmenuzado procedente de vaqueros posconsumo. Este material se envió a uno de nuestros proveedores asiáticos para producir hilo nuevo.

→ Participamos en la convocatoria de proyectos de la organización ecológica Refashion para apoyar la implantación de soluciones industriales destinadas a integrar materiales procedentes de fuentes posconsumo en la fabricación de productos textiles. Este trabajo nos permitirá comercializar, a partir de 2026, vaqueros, bolsas de mano y futas de este material reciclado en un ecosistema local.

→ Hemos lanzado una prueba de «textil a textil» con uno de nuestros proveedores asiáticos que hasta ahora utilizaba material procedente de botellas de plástico recicladas. En 2025, este proveedor probó a utilizar ropa usada para la fabricación de nuevos productos, con el objetivo de poder tratar los residuos de ropa europeos para 2027.

2.5.3 Oferta de productos de primera mano: sostenibilidad física y emocional

Incluimos los desafíos relacionados con el uso de los recursos y la circularidad en nuestra oferta de productos de primera mano trabajando en pro de la calidad y la sostenibilidad física y emocional, pero también reduciendo la amplitud de nuestra oferta.

La calidad

El año 2025 se caracterizó por el aumento de la importancia del concepto de calidad de nuestros productos, al tiempo que mantuvimos nuestra singularidad de accesibilidad a los precios. La calidad es un desafío importante para garantizar la satisfacción de los clientes y garantizar que los productos adquiridos cumplan adecuadamente sus necesidades. Nuestro departamento de calidad para productos de primera mano trabaja desde el momento en que se reciben los pedidos en los almacenes europeos hasta que escuchan todos los comentarios de los clientes. En todos los países en los que estamos presentes, en los canales de comercio electrónico o en las tiendas, analizamos los distintos datos sobre las tasas de devolución. También estudiamos de manera pormenorizada los comentarios de nuestros clientes en el sitio web de Kiabi. Asimismo, nuestros equipos forman parte de la comunidad Viva Engage, que permite a 1 900 empleados denunciar problemas de calidad, principalmente de las tiendas. Todos estos informes dan lugar a una media de 200 investigaciones y controles por temporada.

Los resultados de las encuestas se utilizan en nuestro **proceso de mejora continua**: en colaboración con los equipos internos pertinentes y los proveedores, identificamos las causas fundamentales del problema e implantamos un plan de medidas correctivas. Estamos transformando nuestras buenas prácticas de fabricación e inspección para limitar el riesgo de que otros proveedores presenten el mismo defecto. Para ello, contamos con equipos dedicados a la supervisión de la calidad con nuestros proveedores en India, Bangladesh, China, Turquía y Camboya para estar lo más cerca posible de las fábricas. Esta estrecha relación nos permite desarrollar una asociación de confianza con nuestros fabricantes y armonizar las buenas prácticas de fabricación e inspección en toda nuestra red de proveedores. El objetivo es limitar los riesgos de aparición de defectos conocidos y falta de conformidad de los productos antes de su envío, pero también optimizar el uso de los recursos y limitar las pérdidas.

En 2025, el departamento de calidad también apoyó la diversificación de la oferta de Kiabi y sus nuevas marcas, en torno a productos como

Indicador clave 2025

3,52 % Tasa de devolución de productos Kiabi en 2025

- Dos tercios 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.), que han experimentado un descenso en 2025.

ropa de hogar (Kiabi Home), zapatos para primeros pasos (Kitchoun) y el desarrollo de nuestra nueva marca deportiva Ekstract. Nuestros equipos trabajaron con los departamentos de compras y ofertas en el desarrollo de las especificaciones dedicadas a estos nuevos tipos de productos. También estamos ampliando nuestro enfoque de calidad a la oferta de productos de **segunda mano** mediante procesos de calidad para la recogida y compra de este tipo de productos. La calidad del producto también depende de la excelencia operativa. Por eso reforzamos nuestra estrategia de mejora continua en 2024 gracias a la **certificación ISO 9001: 2015: Sistemas de gestión de calidad** para nuestra entidad de compras y de seguimiento de la producción en Hong Kong. Continuamos implantando la certificación ISO 9001 en 2025. En este caso, fue el turno de nuestra oficina en Shanghái.

Mejorar la sostenibilidad física

Los problemas de sostenibilidad se abordan desde la fase de diseño de los productos, por lo que hemos reforzado los criterios de sostenibilidad de

nuestro marco de 5 etapas para reducir el impacto ambiental de nuestros productos (consulte la página 20). Nuestra ambición es cumplir criterios estandarizados mediante la realización de pruebas de sostenibilidad definidas por la organización ecológica Refashion.

También hemos creado talleres para pensar en problemáticas específicas, como el pilling o la formación de pelotillas. Por ejemplo, organizamos un taller multidisciplinar sobre la formación de bolitas en jerséis, a partir del cual escribimos una guía para facilitar el trabajo de los equipos sobre el tema. Esta guía estará disponible en 2026.

Abordar los retos que conlleva la sostenibilidad también implica conocer bien los procesos industriales elegidos para fabricar los productos. Por lo tanto, en 2025, analizamos a nuestros proveedores en la fase de tejeduría para iniciar una evaluación inicial de la calidad de los procesos de fabricación utilizados.

Revisar la sostenibilidad emocional

En 2025, continuamos trabajando en nuestra oferta y redujimos la amplitud de la oferta de productos textiles de primera mano. Asimismo, integramos los retos de los productos de segunda mano adoptando un enfoque estratégico y firme.

Hitos

- Venta de nuestra gama de productos **«Nuestros esenciales»**, con la mejor relación calidad-precio
- Refuerzo de los criterios de nuestro marco de cinco etapas para **reducir el impacto ambiental de nuestros productos**, en particular mediante la realización de pruebas estandarizadas sobre cuestiones de sostenibilidad

Por eso, en 2025 organizamos un taller con nuestras directoras de colecciones para trabajar en un surtido coherente de productos tanto de primera como de segunda mano. También realizamos reflexiones sobre la sostenibilidad extrínseca mientras trabajábamos en las colecciones, con el fin de luchar contra la obsolescencia de los productos de moda. Se trata de identificar colores y estampados de los que los clientes no se cansen o tendencias de moda que persistirán en el tiempo.

En 2025, también recalificamos los productos que ofrecemos a nuestros clientes, en particular con **el lanzamiento de la oferta «Nuestros Esenciales» a principios de 2025, nuestra mejor respuesta a las necesidades de nuestros clientes en términos de relación calidad-precio.** «Nuestros esenciales» abarcan piezas de ropa básicas y atemporales. Hemos trabajado mucho en cuanto a los materiales: materiales naturales, reciclados o certificados, gramajes más grandes para aumentar la resistencia, colores atemporales.

2.5.4 Oferta de productos de segunda mano

La ampliación de la oferta de segunda mano sirve de respuesta a varios desafíos a los que se enfrenta Kiabi:

- Es una forma de **descarbonizar nuestra oferta**, ya que se evitan los impactos ambientales asociados a la fabricación de nuevos productos.
- Los productos de segunda mano también representan una **nueva forma de oferta y una nueva herramienta para crear valor**, en línea con nuestra Visión 2035.
- Por último, satisface las **necesidades de los clientes**, en particular en términos de acceso a una gama más amplia de productos a precios asequibles.

Tras la adquisición de la plataforma Beebs en 2024, continuamos estructurando nuestra estrategia de segunda mano en 2025 con la creación de una división de tiendas de segunda mano, que complementa el histórico centro digital de Beebs. Esta división de tiendas, compuesta

por un responsable de segunda mano, 3 gerentes de proyecto, un equipo de compras y oferta y un equipo de marketing omnicanal, tiene como objetivo apoyar y formar a los equipos de las tiendas de segunda mano y crear la mejor experiencia de cliente. Estos equipos trabajaron en 2025:

- en una **experiencia unificada del recorrido del cliente** desde las aplicaciones Beebs y Kiabi;
- en la creación de la oferta de artículos de segunda mano en el **100 % de las tiendas francesas** (salvo afiliados) a través de un servicio de recogida, lo que permite completar la experiencia digital desde la aplicación Beebs y crear una oferta híbrida. Este servicio de recogida también permite a nuestros clientes beneficiarse de un vale de Kiabi a cambio de recoger sus productos de moda destinados a la reventa en segunda mano.
- en la elaboración de una **estrategia de compra de balas de productos de segunda mano** de nuestro proveedor Eureka, además de la recogida, con el fin de completar nuestro stock de artículos de segunda mano en las tiendas. Por lo tanto, estas balas se llevaron al centro de clasificación circular en Douai para ser procesadas por nuestro proveedor de servicios Simastock, antes de redistribuir los productos a las tiendas del norte de Francia. También hemos centralizado y optimizado el transporte de estos productos a nuestras tiendas en Francia mediante la creación de un flujo compartido con nuestros productos de primera mano.

Asimismo, estamos realizando una serie de pruebas para seguir aprendiendo sobre la venta de productos de segunda mano:

- **El mercadillo**: un formato para alquilar un puesto de venta de productos de moda para particulares dentro de las tiendas Kiabi; disponible en cinco tiendas.
- **KidKanaï**: la marca laboratorio de Beebs, que, por ejemplo, permitió probar un área de ventas en 2025 en una tienda EasyCash en Neuville En Ferrain, en el norte de Francia.

Para 2026, planeamos expandir la oferta de segunda mano (venta y recogida) a nuestras tiendas de Bélgica, España, Portugal e Italia, y trabajar en la identificación de nuevos proveedores de balas de artículos de segunda mano en Europa.

Hitos

- Creación de una **división de tiendas de segunda mano**.
- Inicio de una estrategia para comprar **balas de productos de segunda mano** para abastecer las existencias de nuestras tiendas.
- Creación de un **centro de clasificación circular** integrado en la logística de Kiabi.
- Implantación de un sistema de **recogida de productos de segunda mano** en el 100 % de las tiendas francesas (excluidos afiliados).

Indicador clave 2025

- **Proporción de productos de segunda mano de la totalidad de artículos vendidos en KIABI**



2.5.5 Uso y fin de vida útil de los productos

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, todavía hay nuevos productos sin vender (más de 6,4 millones de prendas en 2025). Estos nuevos productos sin vender se venden de tres maneras:

- **Donaciones** a las asociaciones locales en Francia.
- Donaciones a nuestras tiendas solidarias «Le Petit Magasin».
- **Tiendas de saldos**, a las que revendemos las existencias no vendidas en almacenes y tiendas de países distintos de Francia. Estas tiendas revenden los productos en regiones donde no tenemos puntos de contacto.
- Marketplaces, que nos ofrecen soluciones de venta digital (como Showroom Privé, por ejemplo).

Grupos de trabajo del sector

Debido a que los desafíos inherentes al final de la vida útil de los productos textiles se dan a nivel de todo el sector, participamos activamente en estos temas y nos unimos a iniciativas colectivas. Como director y miembro del consejo de administración de ReFashion, la organización ecológica del sector textil, de la confección, de la ropa de hogar y del calzado, contribuimos en 2025 a varios grupos de trabajo sobre cuestiones relacionadas con el final de la vida útil de los productos textiles:

- participación en el **colectivo de ecodiseño de calzado**,
- participación en el **colectivo de ecodiseño de lencería**,
- participación en el **grupo de trabajo de expertos en ecomodulación**.

También participamos en el grupo de trabajo **de ecodiseño de Acts and Facts**.

Responsabilidad ampliada del productor (RAP)

Con la huelga que llevaron a cabo algunas empresas de recogida y clasificación de productos textiles en Francia en el verano de 2025 y la revisión de las especificaciones en cuanto a la responsabilidad ampliada del productor para el sector textil, de la ropa de hogar y el calzado, el año 2025 estuvo marcado por profundas dudas sobre la viabilidad de la cadena del final de vida útil de los artículos usados en el sector de la moda.

Cada vez existe una mayor cantidad de productos depositados, aunque de menor calidad. Además, existen pocos puntos de venta, por lo que todo el sector está en tela de juicio. Ya a finales de 2024, como primera comercializadora de productos textiles y administradora de Refashion, Kiabi solicitó la revisión de las especificaciones en cuanto a la responsabilidad ampliada del productor para el sector textil, de la ropa de hogar y el calzado. Por lo tanto, Kiabi participó, obviamente, en el grupo de trabajo Re_Actt, una iniciativa liderada por la organización ecológica Refashion para retomar las especificaciones y dar al sector los medios para alcanzar sus objetivos. Por consiguiente, contribuimos a las consultas públicas a las múltiples partes interesadas llevadas a cabo por el ministerio, y participamos en ellas de forma individual y colectiva a través de Refashion y de nuestra federación, la Alliance du Commerce.

También nos unimos al colectivo Task Force compuesto por más de 40 participantes involucrados en el desarrollo del sector, partes interesadas que representan a todos los eslabones de la cadena de valor: participantes al inicio y al final de la cadena, comercializadores, organizaciones de marketing, federaciones profesionales y expertos. Este grupo contribuyó en gran medida a un estudio realizado por la firma (RE)SET, coordinado por Paris Good Fashion y cofinanciado por DEFI, la CTC, SynergiesTLC y Circ, y cuyo objetivo era modelar un sector optimizado para la gestión del final de la vida útil de los productos textiles, la ropa de hogar y el calzado de aquí a 2035.

En Kiabi, creemos que es esencial que todos los actores del sector colaboren en este tema, a fin de crear un sector de reciclaje eficaz y sostenible, en el que el reciclaje local sea un pilar importante.

Además, tras unirnos a la organización ecológica española RE-VISTE en 2024, en 2025 nos unimos a Erion Textiles, la organización ecológica italiana que reúne a los vendedores del sector para responder a la implementación de la RAP en el sector textil en los estados miembros europeos.

También trabajamos en 2025 en la llegada del nuevo RAP para el embalaje profesional, que entrará en vigor en 2026.

Por último, trabajamos constantemente para mapear la RAP vigente en todos los países en los que desarrollamos nuestra actividad comercial y para garantizar nuestro cumplimiento legal.

Hitos

- Participación en el **grupo de trabajo Re_Actt**, dirigido por Refashion, sobre la reescritura de las especificaciones en cuanto a la RAP del sector textil
- Integración en la organización ecológica **Erion Textiles** en Italia

Los desafíos que debemos superar en relación con los recursos y la economía circular

- Aumentar la proporción de productos de **segunda mano** adquiridos por nuestros clientes y trabajar para reemplazar los de primera mano
- Desarrollar nuestra oferta de **segunda mano** en España, Portugal e Italia
- Buscar nuevos proveedores de **balas de artículos de segunda mano** en Europa
- Implantar un sistema de **recogida de todo tipo de textiles** para alimentar nuestro programa de reciclaje industrial

3.

Plano social y comunitario



3.

Plano social y comunitario

3.1 Visión general

Estrategia de participación en el plano social y comunitario

10 aspectos clave relacionados con nuestras 4 áreas de acción.



NUESTRAS ÁREAS DE ACCIÓN

- 1 EMPLEADOS Y COLABORADORES**
→ Equipos Kiabi
- 2 TRABAJADORES DE LA CADENA DE VALOR**
→ Proveedores y fábricas
- 3 COMUNIDADES AFECTADAS**
→ Beneficiarios de las acciones de la Kiabi Foundation
→ Personas que han entrado en nuestros programas de inserción laboral
- 4 CONSUMIDORES Y USUARIOS**
→ Clientes y usuarios de productos y servicios vendidos por Kiabi

Visión general del plano social y comunitario

Indicadores clave

• Proporción de empleados accionistas (países donde se permite): Francia, España, Italia)



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



• Proporción de mujeres en el TOP 100

51 % en 2025 (objetivo 2035 : 50 %)

• Net Promoter Score de los clientes (NPS)



• Proporción de empleados que han recibido formación (excluyendo la formación obligatoria)



• Número de jóvenes beneficiarios de las acciones de la Kiabi Foundation (acumulado desde 2024)



• Personas que han entrado en nuestros programas de inserción laboral (cifra acumulada desde 2021)



• Porcentaje de las fábricas auditadas de nivel 1 y 2 que obtuvieron una calificación A o B de acuerdo con los estándares sociales internacionales y normativos



• Índice de seguridad informática



Hitos

- Redacción de una **estrategia de participación en el plano social y comunitario** así como una **carta de diversidad e inclusión**
- Creación de la **plataforma Alex**, para apoyar a los empleados con discapacidades, enfermedades o cuidadores
- Gran aumento del número de empleados formados (excluyendo la formación obligatoria) gracias a la nueva plataforma internacional **Yoobic**
- Creación de la nueva marca empleadora **«Ici c'est Kiabi»**
- Kiabi ocupó el primer lugar del ranking **Great Place to Work®** (encuesta de 2025) en la categoría de empresas con más de 2500 empleados
- Implementación del **etiquetado medioambiental** visible para los clientes en el 59 % de nuestros productos
- Apertura de **10 Petits Magasins solidarios** en 2025
- Desarrollo en **Madagascar** acompañado de una fuerte dimensión social en beneficio de los estudiantes escolares malgaches

Retos que debemos superar

- **Implementarla nueva estrategia de** participación en el plano social y comunitario con los responsables y formarlos para que hagan frente a estos desafíos
- **Apoyar** el desarrollo de competencias y la evolución de los puestos de trabajo en un contexto de transformación de Kiabi
- **Continuar** con nuestros esfuerzos para controlar y apoyar a nuestros proveedores y lograr un alto nivel de cumplimiento en materia social
- **Aumentar** el número de empleados que participan en asociaciones apoyadas por la Kiabi Foundation
- **Mejorar** el NPS de los clientes

3.

Plano social y comunitario

3.2 Plantilla de la empresa

La cultura humana de Kiabi se fundamenta en un mantra: «Adoro mi trabajo, adoro a los clientes y adoro a las personas con las que trabajo». Y este mantra, a su vez, se basa en nuestros valores:

- Sencillez
- Confianza
- Respeto
- Compromiso

Estos valores se viven en el día a día de nuestros empleados y guían nuestras estrategias al servicio de la autonomía, la asunción de responsabilidades, la subsidiariedad dentro de un marco claro, la calidad de vida en el trabajo, el desarrollo de competencias o incluso los retos de inclusión. En 2025, lanzamos nuestra nueva marca empleadora «**lci c’est Kiabi**», que demuestra a nuestros futuros empleados los sólidos valores y la cultura de Kiabi.

3.2.1 Personal asalariado

CARACTERÍSTICAS DEL PERSONAL A FINALES DE DICIEMBRE	2022	2023	2024	2025	Var. 22/25
Plantilla (en cifras)	9 646	9 151	9 080	10 063	+4 %
Francia	6 781	6381	6206	7 079	+4 %
España	1 373	1 271	1 393	1 504	+10 %
Italia	772	757	748	760	-2 %
Portugal	112	137	145	124	+11 %
Bélgica	308	315	313	321	+4 %
Asia	300	290	275	275	-8 %
Tipo de contrato					
Indefinido	70 %	72 %	79 %	73 %	+3 pts

Temporal	30 %	28 %	21 %	27 %	-3 pts
Rotación (12 meses consecutivos, contratos indefinidos)	21 %	21 %	25 %	18 %	-3 pts

3.2.2 Distribución justa del valor creado

Todos nuestros empleados están comprometidos con el éxito del proyecto Kiabi: el valor generado juntos permite distribuir los frutos de este trabajo común, integrando el desempeño ambiental y social.

Remuneración variable

Compartimos con todos nuestros empleados una política retributiva que permite vincular a cada persona a los resultados de Kiabi. Esto se refleja en el establecimiento de una remuneración variable, además de la remuneración fija:

- Primas relacionadas con los resultados de Kiabi (PPK).
- Incentivos por resultados.
- Participación en los beneficios.

Desde 2023, hemos integrado, a través del **ESG Index**, el desempeño ambiental y social de Kiabi en la remuneración variable del comité de dirección globales, los comités de dirección nacionales y los servicios centrales. En 2025, desarrollamos este ESG Index para centrarnos únicamente en nuestras ambiciones relacionadas con el CO₂. Debido al crecimiento empresarial de Kiabi, en 2025 no alcanzamos nuestros objetivos de reducción de las emisiones de CO₂ en términos absolutos, en comparación con 2022 (consulte la página 18). Por ello, para no penalizar a nuestros empleados y, al mismo tiempo, mantenerlos motivados en este tema, vamos a modificar este Índice ASG de cara a 2026, de modo que recompense el desempeño de los equipos en términos

del esfuerzo realizado para reducir las emisiones de CO₂ (ecodiseño, uso de energías renovables, etc.) estableciendo nuevos objetivos en intensidad y no en valor absoluto.

Participación accionarial

Además de este plan de compensación, ofrecemos a nuestros empleados de Francia, España e Italia la oportunidad de convertirse en accionistas. Es la ocasión ideal para que se comprometan totalmente con el proyecto de Kiabi y para que participen en el resultado de la empresa. En 2025, implantamos en estos tres países planes de comunicación sobre la participación accionarial, con el fin de dar a conocer mejor esta oportunidad a nuestros empleados. Estas acciones nos permitieron aumentar el número de empleados accionistas.

% DE EMPLEADOS ACCIONISTAS (PAÍSES DONDE SE PERMITE)	2022	2023	2024	2025	Var. 22-25	Objetivo 2035
Francia	74 %	77 %	76 %	78 %	+4 pts	
España	59 %	45 %	40 %	51 %	-8 pts	
Italia	21 %	26 %	31 %	37 %	+16 pts	
Total países en los que se permite	69 %	69 %	68 %	72 %	+3 pts	100 %

Cada año, expertos externos auditan el valor de las acciones de Kiabi. Tras un ejercicio en blanco en 2024, en 2025 y por primera vez, integramos el desempeño ambiental y social de Kiabi en este ejercicio en forma de bonus-malus, calculado sobre una puntuación de 100 puntos. Con una puntuación de 68/100 en 2025, estos resultados nos permitieron revalorizar las acciones en forma de un bonus para los empleados accionistas.

Hito

→ **Cambio en los criterios** del índice de desempeño ambiental y social incluidos en la remuneración variable de los miembros de los comités de dirección, ahora enfocados en la reducción de las emisiones de CO₂

Indicador clave 2025

• **Proporción de empleados accionistas (países donde se permite): Francia, España, Italia)**



3.2.3 Calidad de vida en el trabajo

Certificación Great Place to Work®

En 2025, volvimos a participar en el proyecto Great Place to Work®, con el fin de medir la percepción de nuestros empleados y la calidad de su experiencia dentro de la empresa. Este enfoque se basa en varias áreas de análisis, como la gestión, la convivencia, la equidad, el respeto o incluso el orgullo, en relación con nuestra cultura humana. Esta certificación se basa en particular en los resultados de una encuesta enviada a todos nuestros empleados de todo el mundo (Francia, España, Italia, Bélgica, Portugal y oficinas de compras). En 2025 respondieron a la encuesta 6220 personas, 486 más que el año anterior, lo que supone un índice de participación del 88 %.

CALIDAD DE VIDA EN EL TRABAJO	2022	2023	2024	2025	Var. 22-25	Objetivo 2035
GPTW	74 %	74 %	75 %	81 %	+7 pts	85 %

El principal indicador que seguimos es el **Trust Index® Great Place to Work®**, que evalúa la proporción de empleados que creen que Kiabi es un excelente lugar para trabajar. En 2025, obtuvimos un Trust Index® Great Place to Work® del 81 %, un aumento significativo en comparación con el año anterior (75 % en 2024). Estas puntuaciones son consistentes en todos los países en los que estamos presentes, con la excepción de Hong Kong (69 %), que, aún así, ha aumentado. El sector logístico, en el que generalmente los resultados eran peores, creció siete puntos hasta el 75 %, gracias en particular al establecimiento de mejores condiciones de trabajo. También acogemos con satisfacción las puntuaciones obtenidas en puntos como el trato justo de los empleados independientemente de su orientación sexual (98 %) y origen étnico (96 %), que refuerzan los valores de diversidad que defendemos.

Las principales razones que justifican estos resultados a escala global son:

- el traslado a la nueva sede de Kiabi Village en Lezennes, para los empleados de los servicios centrales,
- la ampliación de la oferta formativa a través de la nueva plataforma Yoobic,
- el reparto del valor que ha beneficiado a los empleados en un contexto con mejores resultados comerciales de Kiabi en 2025 (participación en los beneficios, valor de las acciones),
- una mejor interiorización de nuestra Visión 2035, gracias a una transmisión más cercana y personalizada por parte de los responsables.

Los principales elementos de la encuesta que permanecen por debajo de la puntuación del 70 % de respuestas positivas son:

- remuneración justa,
- promoción basada en el mérito,
- el reconocimiento del mérito de cada persona.

Además, también hemos vuelto a ser incluidos en el ranking Best Workplace™ for Women, que reconoce a las empresas más avanzadas en materia de igualdad profesional entre mujeres y hombres. Estamos asimismo en el ranking Best Workplaces™ 2025 de Francia, España, Italia y Bélgica.

Diálogo social

Para apoyar las transformaciones de Kiabi relacionadas con los objetivos de nuestra Visión 2035, a principios de 2025 firmamos **un acuerdo de gestión laboral y profesional (GEPP)** con nuestros interlocutores sociales. El propósito de este acuerdo es anticiparse a las transformaciones que afectarán a ciertos puestos de trabajo, identificar las funciones que

están destinadas a disminuir o desaparecer y ofrecer soluciones internas o externas a través de una excedencia por traslado de nueve meses, compensada con el 75 % de la remuneración bruta del empleado afectado. Este acuerdo tiene como objetivo dar a los empleados los medios para decidir sobre su propia carrera. Además, hace hincapié en el papel de la formación profesional.

En 2025 también firmamos un acuerdo de despido colectivo de mutuo acuerdo para 16 puestos en los equipos del departamento de colecciones, con el fin de respaldar la evolución de los puestos de trabajo y las competencias en Kiabi, así como las carreras profesionales de los empleados en afectados.

Indicador clave 2025

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



Hito

→ Kiabi ocupó el primer lugar del ranking **Great Place to Work®** (según la encuesta de 2025) en la categoría de empresas con más de 2500 empleados

En este contexto de transformación, Kiabi mantiene un diálogo social de calidad con sus socios, como lo demuestra la firma unánime de nuestra negociación anual obligatoria (NAO) de 2026 por parte de todos los representantes sindicales. La lista de los acuerdos firmados está disponible en un anexo de este documento.

Teletrabajo y paternidad

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 a la semana 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. En 2025, continuamos aplicando nuestro acuerdo sobre igualdad profesional entre hombres y mujeres, firmado en 2024, que integra cuestiones de equilibrio entre la vida laboral y personal. Este acuerdo introduce cambios en los acuerdos existentes, que incluyen:

- La posibilidad de disfrutar de dos horas de ausencia remunerada (frente a una hora en el acuerdo anterior) para acompañar y recoger a los hijos el primer día de clase, desde educación infantil hasta sexto de primaria.
- La posibilidad de disfrutar de un trabajo a tiempo parcial hasta el final de la educación primaria del niño, es decir, hasta los 10 u 11 años.

3.2.4 Diversidad e inclusión

La igualdad entre todos nuestros empleados es un valor fundamental, reforzado en 2025 con la redacción de una nueva carta de diversidad e inclusión.

DIVERSIDAD	2022	2023	2024	2025	Var. 22-25
% hombres	18 %	19 %	19 %	19 %	+1 pts
% mujeres	82 %	81 %	81 %	81 %	-1 pts
% edad > 30 años	43 %	39 %	40 %	42 %	-1 pts
% edad 30-50 años	45 %	48 %	46 %	44 %	-1 pts
% edad > 50 años	12 %	13 %	14 %	13 %	+1 pts
% dirección	16 %	17 %	17 %	17 %	+1 pts

Igualdad de género

En 2025, el índice de igualdad profesional, que mide la igualdad salarial entre mujeres y hombres, fue de 96/100 para Kiabi, tres puntos más que en 2024. Este resultado se desglosa de la siguiente manera:

- diferencias **salariales** (39/40),
- diferencias en **el porcentaje de aumento salarial** (20/20),
- diferencias en los **índices de promoción** (15/15),

- indicador de **reincorporación de baja de maternidad** (15/15),
- indicador del número de empleados del sexo infrarrepresentado entre los 10 empleados mejor pagados (5/10).

ÍNDICE DE IGUALDAD DE GÉNERO (FRANCIA)	2022	2023	2024	2025	Var. 22-25
Índice de igualdad de género (Francia)	94	94	93	96	+2 pts

En 2025 continuamos con la aplicación de nuestro acuerdo sobre igualdad profesional entre hombres y mujeres, firmado en 2024. Su objetivo es fomentar los principios de paridad y equidad entre todo el personal. Consta de cinco áreas de compromisos diseñadas para promover y garantizar la igualdad profesional:

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

Desde 2024, este acuerdo incluye el establecimiento de un permiso por endometriosis de diez días al año para las empleadas que lo necesiten, que puede llegar incluso al reconocimiento de la condición de trabajadora con discapacidad.

Indicador clave 2025

• **Proporción de mujeres en el TOP 100**

51 % en 2025 (objetivo 2035: 50 %)

Una nueva carta

En noviembre de 2025, finalizamos la redacción de nuestra carta de la **diversidad** y la **inclusión**, que establece los principios y compromisos de un entorno laboral inclusivo, respetuoso y equitativo, en el que se valora a cada individuo independientemente de sus diferencias. Esta carta es el primer paso del proyecto «Act for diversity», que se articula en cinco ejes:

- Trabajar por la **igualdad** de género.
- Acelerar la **inclusión** de las personas con discapacidades.
- Fomentar la **diversidad** multicultural y socioeconómica.
- Valorar y tener en cuenta a las personas de **todas las edades** y generaciones.
- Integrar y valorar **los diferentes perfiles** teniendo en cuenta cada momento de la vida.

Esta carta tiene como objetivo guiar a los empleados cuando trabajen con otros empleados, pero también con proveedores, socios, asociaciones... Se ha creado una formación relacionada con este punto en la herramienta de formación. Todos los equipos de recursos humanos recibieron información pertinente sobre este tema gracias a un taller sobre la diversidad. La carta se está aplicando en todos los países en los que Kiabi está presente.

Empleados con discapacidad

En 2025, la proporción calculada de empleados con discapacidad aumentó y pasó del 4,4 % al 5,1 %. Este aumento se explica por la firma del acuerdo sobre la integración de los empleados con discapacidad en 2024. En particular, especifica las prioridades futuras de Kiabi en este ámbito:

- Mantener y desarrollar las **contrataciones indefinidas y la contratación de estudiantes en programas de formación en alternancia**.
- Desarrollar la **comunicación** sobre las medidas políticas a favor de la integración de las personas con discapacidades.
- Desarrollar **acciones para prevenir y mantener el empleo**.
- Implantar y **mantener este acuerdo**, formar y concienciar a todos nuestros empleados.

EMPLEADOS CON DISTINTAS CAPACIDADES	2022	2023	2024	2025	Var. 22-25
% de empleados con alguna discapacidad	2,9 %	4 %	4,4 %	5,1 %	+2 pts

Este acuerdo fue impulsado en 2025 mediante una hoja de ruta para tiendas y oficinas regionales, que permitió dar vida al tema a nivel local. Además, Kiabi implantó la **plataforma Alex**, destinada a todo el personal. Permite responder a las preguntas y necesidades de todos los empleados de Kiabi con el apoyo de un empleado con discapacidad. La plataforma también ofrece información para apoyar a los empleados con enfermedades o en el caso de los cuidadores, con asistencia telefónica exclusiva.

Hito

→ Creación de la **plataforma Alex** para apoyar a los empleados con discapacidades, enfermedades o cuidadores.

Indicador clave 2025

• **Proporción de empleados con discapacidad en el mundo**



3.2.5 Desarrollo de competencias

Para respaldar nuestras transformaciones y satisfacer las necesidades futuras en cuanto a competencias, apoyamos a nuestros empleados actuales y futuros mediante la formación.

Formación profesional

El año 2025 marca un hito importante y sin precedentes en nuestro compromiso con el desarrollo de habilidades. Nos enorgullece anunciar que el 57 % de nuestro personal ha recibido formación (excluyendo la formación obligatoria), lo que representa un aumento notable de catorce puntos en comparación con 2024 (44 %).

FORMACIÓN Y COMPETENCIAS	2023	2024	2025	Var. 23-25	Objetivo 2035
% de Kiabers que han recibido formación (excluyendo la formación obligatoria)	46 %	44 %	57 %	+11 pts	100 %
Número de horas de formación por Kiaber formado (excluyendo la formación obligatoria)	4,50	4,76	5,50	+22 %	

Esta importante incremento es el resultado de la coherencia estratégica entre acciones de formación y desafíos empresariales, así como de la movilización colectiva:

→ **Numerosos proyectos estratégicos nuevos:** el año 2025 estuvo marcado por el lanzamiento de numerosos proyectos estratégicos, directamente relacionados con nuestra visión y nuestro plan trienal. Para garantizar el éxito de nuestro personal resultó esencial la adquisición de nuevas competencias por su parte. La formación ha desempeñado un papel clave a la hora de hacer frente a estos avances.

→ **El liderazgo de los responsables:** los responsables de Kiabi desempeñaron un papel esencial a la hora de fomentar y promover activamente la cultura de formación durante todo el año. Su compromiso alentó a los equipos a participar en las actividades de formación, de modo que se creó una dinámica de aprendizaje continuo.

→ **El lanzamiento de la nueva plataforma de formación, Yoobic:** la creación de nuestra nueva plataforma de formación internacional facilitó el acceso a la formación. Esta herramienta ofrece una experiencia digital fluida y una gran cantidad de contenido disponible en cinco idiomas. Es un instrumento potente para democratizar el desarrollo de habilidades y garantizar una oferta de formación relevante y accesible.

Más allá de los números, la formación es una herramienta esencial para apoyar las principales transformaciones de Kiabi y fortalecer nuestro posicionamiento en el mercado. A través de programas de formación específicos, hemos apoyado activamente varias iniciativas estratégicas:

→ **Soporte tecnológico y operativo:** hemos formado a nuestros equipos para implementar y usar las nuevas herramientas y sistemas, que son esenciales para mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa. Aquí se incluye el nuevo programa de fidelización «En familia», la tecnología RFID para una mejor gestión del inventario y la nueva aplicación Kiabi, que agiliza el recorrido del cliente y su participación.

→ **Refuerzo del compromiso ASG:** somos conscientes de la creciente importancia de las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza, por lo que hemos intensificado nuestros cursos de formación en esta materia. Los nuevos módulos, disponibles en todos los idiomas, permiten a nuestros empleados comprender e integrar mejor estos principios en sus prácticas diarias, de modo que contribuyen activamente a nuestro enfoque de desarrollo sostenible.

→ **Preparación ante la era de la IA:** para anticiparnos a los avances tecnológicos y preparar a nuestros equipos para los trabajos del mañana, se organizaron sesiones de sensibilización sobre el uso de herramientas de inteligencia artificial. El objetivo es familiarizar a nuestros empleados con estas nuevas tecnologías y explorar su potencial para optimizar los procesos, innovar y crear valor.

→ **Desarrollo del liderazgo:** fortalecer nuestras competencias en cuanto a gestión es una prioridad para garantizar un marco inspirador y eficiente. Por este motivo, organizamos cuatro promociones de nuestro programa «Explorando el liderazgo», incluida una en inglés.

También se han organizado «learning expeditions» (expediciones de aprendizaje) para los responsables de recursos humanos, colecciones, logística y para el comité de dirección. En estas actividades, se les ha mostrado perspectivas inspiradoras y mejores prácticas externas para impulsar la innovación y el rendimiento.

Hito

→ Implementación de la plataforma de formación internacional **Yoobic**, disponible en cinco idiomas.

Indicador clave 2025

• Proporción de empleados que han recibido formación (formación no obligatoria)



1. Para empleados presentes del 1 de enero al 31 de diciembre del año.

La formación en alternancia

La incorporación de personas que realizan una formación en alternancia en Kiabi responde a los desafíos de nuestro plan de gestión provisional del empleo y las competencias (GPEC) y nos permite preparar una reserva de talento para el futuro. Contribuir a la formación de los jóvenes a través de programas de formación en alternancia también está en línea con nuestros valores como organización que aprende, ya que proponemos objetivos que fomentan el desarrollo personal y ofrecemos un asesoramiento de calidad.

Para mantener esta dinámica, en 2025 organizamos un **«Welcome Day»** que reunió a 300 participantes, de todas las entidades, todos ellos estudiantes del programa de formación en alternancia en Kiabi, en

nuestra sede de Kiabi Village en Lezennes. Durante dos medias jornadas, los estudiantes en programas de formación en alternancia pudieron participar en talleres y desarrollar así su visión global de Kiabi a través del descubrimiento de la vida en las tiendas, de la logística, la cadena de suministro, la cultura humana, las colecciones, la Kiabi Foundation...

Además, se actualizó una **actividad de e-learning sobre la gestión de los programas de formación en alternancia en Kiabi** y se complementó con cinco reuniones organizadas en 2025 para apoyar a los tutores y responsables de estos estudiantes en su papel de formadores.

Prácticas: colaboración con la asociación Toi Demain

Hace cinco años, iniciamos una colaboración con la asociación Toi Demain, que apoya a **los jóvenes que no cuentan con una red** que les ayude a orientarse profesionalmente. En este contexto, hemos acogido a clases de estudiantes de secundaria de entre 14 y 16 años para realizar prácticas de observación. Estas actividades nos permitieron dar a conocer las carreras profesionales y los trabajos de Kiabi a perfiles de jóvenes con y sin redes de apoyo. La semana finaliza con el trabajo de un proyecto presentado ante un jurado de empleados.

3.2.7 Salud y seguridad

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.

Se están tomando varias medidas en relación con los órganos

representativos de nuestro personal. Estas estrategias incluyen el establecimiento de planes de acción para la reincorporación de los kiabers con baja por enfermedad, pero también la mejora continua de las condiciones de trabajo a través de dos herramientas:

→ el análisis de las bajas por accidente y enfermedad de nuestro personal para poder establecer medidas preventivas,

→ estudios ergonómicos para adaptar el material y así evitar accidentes o enfermedades profesionales.

Desafíos que debemos superar en relación con el personal de la empresa

→ Implementar la nueva **estrategia de participación en el plano social y comunitario** con los responsables y formarlos para que hagan frente a estos desafíos

→ Repensar y ampliar los **indicadores ASG** integrados en la remuneración variable del personal

→ Seguir abriendo el **accionariado** a otros países

→ Aplicar y dar a conocer nuestra nueva **carta de diversidad e inclusión**

→ Mantener la **proporción de mujeres** en el TOP 100

→ Apoyar **el desarrollo de competencias y de los puestos de trabajo** para respaldar la transformación de Kiabi

→ Integrar **los desafíos de la IA** y las **nuevas tecnologías**

3.

Plano social y comunitario

3.3 Trabajadores de la cadena de valor

Nuestras responsabilidades en el plano social y comunitario siempre están presentes en nuestras relaciones con todos los actores de la cadena de valor. Sobre todo, prestamos especial atención a los trabajadores que fabrican los productos de Kiabi en nuestros proveedores. Por lo tanto, estamos abordando temas relacionados con el respeto de los derechos humanos y el cumplimiento social de nuestras fábricas.

3.3.1 Nuestras plantas de producción

FÁBRICAS	2022	2023	2024	2025	Var. 22-25
Número de fábricas de nivel 1	388	590	503	456	+18 %
China	97	97	86	87	-10 %
Bangladesh	60	51	46	48	-20 %
India	46	40	36	43	-7 %
Turquía	33	39	34	34	+3 %
Camboya	13	18	20	25	+92 %
Pakistán	6	8	9	12	+100 %
Vietnam	3	5	4	5	+67 %
Otros (Egipto, Tanzania, Benín, Indonesia, Argelia)	2	5	5	5	+150 %
Myanmar	15	14	8		-100 %
Marruecos	4				-100 %
Sri Lanka	1				-100 %
Importadores europeos para las tiendas	108	126	119	111	+3 %

Importadores europeos para la web	187	136	86		
Número de fábricas de nivel 2 declaradas	428	421	457	402	-6 %
China	131	138	151	136	+4 %
Bangladesh	131	120	122	108	-18 %
India	86	75	66	76	-12 %
Turquía	57	59	88	43	-25 %
Pakistán	13	17	16	23	+77 %
Camboya	3	5	6	7	+133 %
Indonesia	1	2	3	3	+200 %
Vietnam	2	3	3	3	+50 %
Otros (Hungría, Portugal, Myanmar, Sri Lanka, Egipto, Tailandia)	4	2	2	3	-25 %

3.3.2 Nuestro código de conducta

Las legislaciones en materia de condiciones laborales varían de un país de producción 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.

En 2025, trabajamos para actualizar este código con el fin de ajustar ciertos requisitos en términos de salud y seguridad, o sobre el tema de los trabajadores migrantes o el bienestar de los animales. Este nuevo código de conducta estará disponible a principios de 2026 y se comunicará a nuestros empleados y proveedores.

3.3.3 Auditorías de derechos humanos en nuestros proveedores

Con el fin de garantizar el cumplimiento de este código de conducta, realizamos auditorías periódicas en las fábricas de los proveedores de niveles 1 y 2.

FÁBRICAS AUDITADAS	2023	2024	2025	Var. 23-25
% de fábricas de nivel 1 y 2 auditadas	90 %	91 %	94 %	+4 pts
China	95 %	95 %	98 %	+3 pts
Bangladesh	88 %	81 %	87 %	-1 pts
India	85 %	88 %	79 %	-6 pts
Indonesia	67 %	75 %	100 %	+33 pts
Pakistán	88 %	80 %	97 %	+9 pts
Turquía	85 %	94 %	94 %	+9 pts
Vietnam	100 %	100 %	100 %	+0 pts
Camboya	96 %	85 %	100 %	+4 pts
Otros	83 %	33 %	100 %	+17 pts
Importadores europeos para las tiendas	97 %	99 %	100 %	+3 pts
Importadores europeos para la web	85 %	95 %	100 %	+15 pts

Para llevar a cabo las auditorías se utilizan distintos medios:

→ Algunas de estas auditorías las llevan a cabo **nuestros empleados** (18 % de las auditorías sociales), especialmente en Asia y Turquía.

→ También recurrimos a **compañías externas** (2,6 % de las auditorías sociales).

→ Por último, la mayoría de las auditorías se realiza a través de **plataformas internacionales** como la Business Social Compliance Initiative (BSCI), Smeta o la Initiative for Compliance and Sustainability (ICS), Social & Labor Convergence Program (SLCP) (79,4 % 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 con 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 la 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 BSCI (Amfori), ICS y SMETA (E.T.I) y SLCP.

Un mayor rendimiento permite ampliar los intervalos entre las auditorías y, al mismo tiempo, garantizar al menos una auditoría anual para cada fábrica de confección.

Por el contrario, un menor rendimiento conduce a un aumento en la frecuencia de las auditorías, para reforzar nuestra diligencia debida basada en el riesgo y nuestro compromiso con la mejora continua del cumplimiento social.

Una puntuación E, que equivale a la calificación de inaceptable, indica problemas críticos y la necesidad de acciones correctivas inmediatas. El proveedor debe mejorar de inmediato su calificación, o a lo sumo en un plazo de tres a seis meses. En caso contrario, deberemos poner fin a

nuestra relación comercial. En caso de incumplimiento grave, detenemos inmediatamente la actividad a 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.

	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 punto críticos >2

CUMPLIMIENTO SOCIAL	2023	2024	2025	Var. 23-25	Objetivo 2035
% de cumplimiento de las auditorías sociales de las fábricas de nivel 1 y 2 (calificaciones A+B en las últimas auditorías de cada fábrica, solo para importaciones importantes)	55 %	69 %	75 %	+19 pts	100 %
China	25 %	53 %	74 %	+49 pts	
Bangladesh	62 %	67 %	77 %	+15 pts	
India	87 %	87 %	68 %	-19 pts	
Indonesia	100 %	100 %	100 %	+0 pts	
Pakistán	91 %	90 %	80 %	-11 pts	
Turquía	72 %	82 %	71 %	-1 pts	
Vietnam	38 %	86 %	88 %	+50 pts	
Camboya	55 %	73 %	77 %	+23 pts	
Otros	100 %	100 %	89 %	-11 pts	
Importadores europeos para las tiendas	55 %	53 %	52 %	-3 pts	
Importadores europeos para la web	45 %	44 %	35 %	-10 pts	
% de fábricas de nivel 1 existentes con calificación E y con una mejor nota en un plazo de 6 meses	100 %	100 %	100 %	+0 pts	
% de nuevas fábricas de nivel 1 incluidas en lista con una calificación A, B o C (conformes)	100 %	100 %	100 %	+0 pts	

Indicador clave 2025

- **Porcentaje de las fábricas auditadas de nivel 1 y 2 que obtuvieron una calificación A o B de acuerdo con los estándares sociales internacionales y normativos**



3.3.4 Planes de acción en caso de no conformidad

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, en caso de cobertura de seguro insuficiente), 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.

Nuestro objetivo es que todos nuestros proveedores obtengan solamente calificaciones A o B. Además, la totalidad de las nuevas fábricas incluidas en nuestra lista deben obtener una calificación A, B o C.

3.3.5 Uso de plataformas de auditoría internacionales

Las auditorías BSCI, ICS, SMETA y SCLP 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. Permite a las empresas controlar y evaluar las mejoras en el desempeño 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.

SLCP: el programa Social & Labor Convergence Program (SLCP) es una iniciativa de múltiples partes interesadas e independiente de la Sustainable Apparel Coalition (SAC). La misión del SLCP es implantar un marco de evaluación convergente (CAF) para reducir la duplicación de auditorías y apoyar los esfuerzos para mejorar las condiciones de trabajo en las cadenas de suministro de todo el mundo.

Desafíos que debemos superar en relación con los trabajadores de la cadena de valor

- **Aplicar** nuestro nuevo código de conducta
- **Continuar** con nuestros esfuerzos para controlar y apoyar a nuestros proveedores y lograr un alto nivel de cumplimiento en materia social

3.

Plano social y comunitario

3.4 Comunidades afectadas

El hecho de estar integrados a nivel local e internacional nos permite iniciar acciones sociales consistentes con las necesidades de las comunidades presentes alrededor de nuestras instalaciones y áreas de producción.

3.4.1 Impacto en las comunidades locales

Nuestros impactos en las comunidades se reflejan en experimentos con modelos de negocios sociales, como nuestro concepto «Le Petit Magasin», o mediante acciones respaldadas por nuestra Kiabi Foundation.

Inserción laboral: «Le Petit Magasin», un modelo de negocio social

Desde 2017, Kiabi apoya y ahora está totalmente comprometida con el desarrollo del concepto «Le Petit Magasin». Este proyecto solidario persigue varios objetivos complementarios:

- Promover la reincorporación al trabajo y reforzar la autoestima de las personas que trabajan allí.
- Lograr que familias en situaciones precarias puedan acceder a ropa nueva.
- Crear y fortalecer vínculos sostenibles entre los actores locales del territorio.

LE PETIT MAGASIN: NEGOCIO SOLIDARIO	2022	2023	2024	2025	Var. 23-25	Objetivo 2035
N.º de aperturas	7	7	3	10	+43 %	
N.º total de Petits Magasins	17	24	25	35	+106 %	
N.º total de personas que han entrado en nuestros programas de inserción laboral gracias a los Petits Magasins (cifra acumulada desde 2021)	145	254	375	542	+274 %	1 800

Para Kiabi, este proyecto también es una oportunidad para «hacerse a un lado». Experimenta con un modelo innovador, totalmente alineado con sus valores humanos y su promesa de actuar al servicio de todas las familias.

Desde que en 2024 se creara la empresa conjunta social KIVI con el grupo Vitamine T, el proyecto «Le Petit Magasin» ha llegado a una fase estratégica: Kiabi ha pasado de ser un mero mecenas a ser un actor operativo totalmente comprometido.

Para asumir esta mayor responsabilidad en 2025 y, en particular, los desafíos relacionados con el apoyo a la inserción laboral, se ha reforzado el equipo de recursos mediante la integración de una nueva habilidad dedicada a la coordinación de proyectos socioprofesionales. Al mismo tiempo, se han establecido alianzas estratégicas en nuestros espacios comunitarios con el fin de reforzar las acciones de apoyo impulsadas por el proyecto.

Así, el año 2025 marcó el lanzamiento de nuevas dinámicas de cooperación en torno al apoyo socioprofesional, el emprendimiento y la inserción a través del deporte, en colaboración con las asociaciones Rebond y Positiv. Estos procesos de cocreación permitieron la puesta en marcha de los primeros talleres de asesoramiento, concienciación y apoyo a la inserción laboral destinados a las personas atendidas en el marco del proyecto «Le Petit Magasin».

Con el fin de difundir la cultura de la inserción dentro de la red, los responsables de las tiendas «Le Petit Magasin» participaron en una jornada dedicada a estos temas.

Esta reunión, diseñada como un momento para compartir experiencias e inspiración, estuvo marcada en particular por la intervención de la jugadora de baloncesto francesa Diandra Tchatchouang, que compartió con los asistentes cómo había sido su carrera y su compromiso, lo que aportó a los equipos una luz motivadora sobre los valores de inclusión, resiliencia y apoyo a las trayectorias profesionales.

En 2025, la creación de una plataforma logística dedicada al suministro de las tiendas «Le Petit Magasin» fue una herramienta estratégica para la inserción laboral.

Gestionada por CONFECTIO como taller de inserción sociolaboral, esta plataforma permite a las personas atendidas adquirir y consolidar competencias operativas en los oficios del sector de la logística (preparación de pedidos, gestión de flujos, cumplimiento de procedimientos, trabajo en equipo), lo que favorece el desarrollo de sus capacidades y su empleabilidad. Hoy en día, más de 20 personas reciben apoyo y contribuyen diariamente a la preparación de los pedidos para 17 tiendas «Le Petit Magasin», lo que les sirve para ir creando un proyecto profesional hacia el empleo.

Hitos

- Se abren **10 tiendas** «Le Petit Magasin» en Francia en 2025
- **432 000 piezas de ropa** distribuidas procedentes de artículos no vendidos de Kiabi
- **542 personas** han entrado en nuestros programas de inserción laboral desde 2021

La Kiabi Foundation

Desde el cambio de su misión en 2024 para devolver la confianza a los jóvenes, la Kiabi Foundation ha apoyado a más de **50 000 jóvenes** en proyectos desarrollados en **11 países** repartidos entre **51 asociaciones** con las que colabora a nivel local. Estas acciones involucraron a 2200 empleados comprometidos.

KIABI FOUNDATION	2024	2025	Var. 24-25	Objetivo 2035
Donaciones a asociaciones colaboradoras	322 298	617 168	+91 %	
Beneficiarios (acumulados desde 2024)	34 112	50 695	+49 %	500 000
N.º de Kiabers implicados	1 100	2 571	+134 %	

En 2025, la Kiabi Foundation reforzó sus colaboraciones con:

- el programa **Emergence** de la asociación **Areli**, que apoya a jóvenes de entornos modestos en la realización de sus estudios. En este contexto, 10 empleados asumen el papel de mentores.
- **l'École des XV**, una asociación que lucha contra el abandono escolar. En 2025, nuestra sede, Kiabi Village en Lezennes, incorporó de este modo una filial de la organización Écoles des XV, lo que permite apoyar a 60 jóvenes;
- la ONG **Le Projet Imagine**, que trabaja para un movimiento de participación ciudadana al servicio de una sociedad más justa, inclusiva y sostenible;
- la asociación **Grameen Shikka** de Bangladesh, con el fin de apoyar, con otros actores como la Fundación We ACT for Kids, la construcción de cinco escuelas;
- **l'École de la deuxième chance (escuela de segundas oportunidades)**, que forma y apoya a las personas alejadas del mercado laboral.

Por primera vez, la Kiabi Foundation también llevó a cabo una convocatoria conjunta de proyectos con la Fundación Decathlon para mejorar la autoestima de las jóvenes a través del deporte y la moda. Esta convocatoria

de proyectos permitió contratar a los empleados de 6 tiendas Kiabi y apoyar a 15 asociaciones ganadoras con un presupuesto global de 100 000 euros. Además, en 2025 los equipos de la Kiabi Foundation trabajaron en una trayectoria de medición del impacto a cinco años, con el fin de medir los impactos reales en los beneficiarios de los diversos proyectos respaldados. Esto permitirá, a partir de 2026, dinamizar esta trayectoria para identificar mejor los proyectos y socios más relevantes.

Integración de los retos sociales en el crecimiento de Kiabi: el ejemplo de Madagascar

Como parte de la apertura de nuestra primera tienda en **Madagascar**, Kiabi incluyó la dimensión social en el ADN del proyecto. Inaugurada en septiembre de 2025 en la capital, Antananarivo, la tienda integra una colaboración con la empresa **Sodim** para dedicar parte de su volumen de negocios a **financiar los gastos de escolaridad y el material educativo para los niños malgaches**. Además, la Kiabi Foundation contribuirá a la ampliación de una escuela en la que los empleados de Kiabi podrán participar ayudando a 400 nuevos estudiantes.

Indicador clave 2025

• **Número de jóvenes beneficiarios de las acciones de la Kiabi Foundation (acumulado desde 2024)**



Desafíos que debemos superar en las comunidades afectadas

- Seguir desarrollando **Kivi**, nuestro modelo de negocio social encarnado por Le Petit Magasin.
- Crear iniciativas a favor de la **inserción laboral** a escala internacional.
- Aumentar el número de **empleados** que participan en asociaciones apoyadas por la Kiabi Foundation.

3.

Plano social y comunitario

3.5 Consumidores y usuarios finales

3.5.1 Experiencia del cliente y oferta inclusiva

Para apoyar las **necesidades de las familias**, medimos y buscamos mejorar su satisfacción. También ponemos a su disposición ofertas adaptadas a todos los momentos de la vida, con, por ejemplo, modelos diseñados para todas las tallas o colecciones inclusivas.

Satisfacción del cliente

El Net Promoter Score (NPS) mide anualmente la proporción de clientes de Kiabi que promocionan Kiabi en función de su experiencia en la tienda o en la web: en 2025, esta puntuación fue de 71, tres puntos más que en 2022, con un NPS de 70 para la sección de tiendas y 72 para la sección web. Estos resultados se han mantenido estables para Kiabi durante varios años.

NET PROMOTER SCORE DE LOS CLIENTES	2022	2023	2024	2025	Var. 22/25	Objetivo 2035
NPS global	68	70	70	71	+3 pts	80
Francia	67	69	69	71	+4 pts	
España	70	69	67	68	-2 pts	
Italia	73	72	72	72	-2 pts	
Bélgica	68	71	71	75	+7 pts	
Portugal	77	78	77	77	+0 pts	

Entre los factores que causaron malestar, el lanzamiento de nuestro nuevo programa de fidelización «En familia» generó preguntas de nuestros clientes sobre las «huchas» asociadas a este programa. En España, los problemas con la entrega de los pedidos electrónicos también fueron un motivo de descontento.

Además, en 2025, establecimos **herramientas y una gobernanza** en Francia para acelerar la resolución de los problemas relacionados con la cultura de cliente y captar nuevos clientes. Por lo tanto, hemos creado un «cuadro de mandos» para el cliente, que permite a los equipos de las tiendas y de los servicios centrales conocer indicadores específicos sobre la cultura de cliente y gestionarlos de forma activa.

También hemos creado un **comité de clientes transversal** para identificar y tratar los principales factores que generan malestar entre los clientes.

Por último, **concienciamos a los empleados franceses** sobre este tema durante una semana de la cultura de cliente en noviembre. El objetivo era informar a los equipos de las tiendas sobre los nuevos indicadores relacionados con el cliente, pero también permitir que los equipos de la sede fueran a trabajar en las tiendas un día para conocer estos problemas sobre el terreno.

Indicador clave 2025

• Net Promoter Score (NPS)



Oferta inclusiva y accesible

Para satisfacer las necesidades de todas las familias, en todas las etapas de la vida, ofrecemos colecciones adaptadas:

→ **Tallas grandes:** Kiabi ofrece modelos hasta la talla 6XL, adaptados a todos los tipos de cuerpo.

→ **Fácil de poner:** con la colección Fácil de poner (400 modelos disponibles en la web y en la tienda Kiabi Village de Lezennes), destinada a niños y adultos con discapacidades y a cualquier persona que tenga dificultades para vestirse.

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 más 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.

→ **Nacimiento:** con colecciones especialmente diseñadas para niños nacidos prematuramente.

En 2025, rediseñamos concretamente el enfoque de nuestra colección «Fácil de poner» y tuvimos en cuenta los criterios específicos de cada uso, en respuesta a las necesidades de las personas con discapacidades y sus cuidadores.

A partir de la primavera de 2025, también promocionamos esta colección en nuestra sede de la tienda Kiabi Village en Lezennes, con un espacio exclusivo. Fue allí donde también organizamos, junto con centros de asistencia asociados, un desfile en noviembre de 2025 con el fin de presentar la colección, en el que participaron personas con discapacidad y personas mayores.

3.5.2 Seguridad de los consumidores

La seguridad de las familias que utilizan nuestros productos y servicios es una prioridad. Por lo tanto, actuamos para proteger los datos personales que nos confían los clientes y para garantizar productos seguros para todos.

Ciberseguridad

La seguridad de nuestros sistemas de información, la protección de datos, tanto de los que disponemos de clientes como de socios y proveedores, son vitales para el correcto funcionamiento de las actividades de Kiabi. También son esenciales para poder cumplir con nuestras responsabilidades contractuales y legales (RGPD, NIS2, etc.), con las certificaciones EOA (operador económico autorizado) y estándares (PCI-DSS) que nos son aplicables.

El riesgo informático es una preocupación importante, ya que evoluciona constantemente ante la aparición diaria de riesgos y vulnerabilidades. Esto requiere la supervisión de los equipos de cumplimiento y de los equipos de TI.

Medimos nuestra eficacia en estos temas a través de nuestro índice de seguridad informática. Este índice es el resultado de **18 puntos de control** divididos en **4 categorías** en relación con todos nuestros servicios informáticos expuestos en internet, lo que representa una puntuación sobre un total de 820 puntos expresada en porcentaje.

En 2025, la agencia Bitsight nos asignó un índice de seguridad informática de **780/820**, es decir, un **95 %**, lo que representa un aumento de 6 puntos en comparación con 2024.

CIBERSEGURIDAD	2022	2023	2024	2025	Var. 22/25	Objetivo 2035
Índice de cumplimiento en ciberseguridad (índice Bitsight)	75 %	84 %	89 %	95 %	+20 pts	95 %

Razones por las que se ha obtenido este resultado:

- La eficiencia de la gestión de la seguridad operativa, del SOC (Security Operation Center o centro de operaciones de seguridad) y los equipos locales ahora también las 24 horas del día.
- La gestión regular y estructurada de los planes de acción de remediación mediante indicadores clave de rendimiento de progreso, con el apoyo de los 28 embajadores de seguridad distribuidos por los equipos.
- El plan de recuperación empresarial y los ejercicios para nuevas soluciones en la nube.
- La implementación de una solución «antirrobots» para contrarrestar los ataques automatizados de los robots.
- La realización de auditorías de seguridad se extendió a los proveedores y prestadores de servicios.

Además, hemos definido dos indicadores para motivar a todos los equipos de TI: un indicador sobre el cumplimiento de la política de seguridad y otro sobre el progreso de los planes de acción. También hemos adquirido una nueva herramienta de gobernanza en materia de la seguridad de TI: **Tenacy**.

Sin embargo, debemos enfrentarnos a mayores riesgos en este ámbito a causa de la **inteligencia artificial**, que facilita y multiplica los ataques a gran escala. Así pues, en 2025 denunciarnos ante la Comisión Nacional de Informática y Libertades (CNIL) de Francia un ataque dirigido a los datos personales de 20 000 cuentas de clientes.

Tras este ataque, y para evitar nuevos intentos, implementamos un plan de acción que incluía la doble autenticación para los clientes y la prohibición de la reutilización de las contraseñas conocidas como corruptas en la web oscura.

Indicador clave 2025

• Índice de seguridad informática



Calidad y conformidad de los productos

El año 2025 se caracterizó por el aumento de la importancia del concepto de calidad de nuestros productos, al tiempo que mantuvimos nuestra singularidad de accesibilidad a los precios. **La calidad es un desafío importante para garantizar la satisfacción de los clientes y garantizar que los productos adquiridos cumplan adecuadamente sus necesidades.**

Nuestro departamento de calidad para productos de primera mano trabaja desde el momento en que se reciben los pedidos en los almacenes europeos hasta que escuchan todos los comentarios de los clientes. En todos los países en los que estamos presentes, en los canales de comercio electrónico o en las tiendas, analizamos los distintos datos sobre las tasas de devolución. También estudiamos de manera pormenorizada los comentarios de nuestros clientes en el sitio web de Kiabi. Asimismo, **nuestros equipos forman parte de la comunidad Viva Engage, que permite a 1 900 empleados denunciar problemas de calidad**, principalmente de las tiendas. Todos estos informes dan lugar a una media de 200 investigaciones y controles por temporada.

Los resultados de las encuestas se utilizan en nuestro proceso de mejora continua: en colaboración con los equipos internos pertinentes y los proveedores, identificamos las causas fundamentales del problema e implantamos un plan de medidas correctivas.

Estamos transformando nuestras buenas prácticas de fabricación e inspección para limitar el riesgo de que otros proveedores presenten el mismo defecto. Para ello, contamos con equipos dedicados a la supervisión de la calidad con nuestros proveedores en India, Bangladesh, China, Turquía y Camboya para estar lo más cerca posible de las fábricas. Esta estrecha relación nos permite desarrollar una asociación de confianza con nuestros fabricantes y armonizar las buenas prácticas de fabricación e inspección en toda nuestra red de proveedores. El objetivo es limitar los riesgos de aparición de defectos conocidos y falta de conformidad de los productos antes de su envío, pero también optimizar el uso de los recursos y limitar las pérdidas.

En 2025, el departamento de calidad también apoyó la diversificación de la oferta de Kiabi y sus nuevas marcas, en torno a productos como ropa de hogar (Kiabi Home), puericultura y zapatos para primeros pasos (Kitchoun). Nuestros equipos trabajaron con los departamentos de compras y ofertas en el desarrollo de las especificaciones dedicadas a estos nuevos tipos de productos. También estamos ampliando nuestro enfoque de calidad a nuestra oferta de productos de segunda mano mediante procesos de calidad para la recogida y compra de este tipo de productos.

La calidad del producto también depende de la excelencia operativa. Por eso reforzamos nuestra estrategia de mejora continua en 2024 gracias a la certificación ISO 9001: 2015: Sistemas de gestión de calidad para nuestra entidad de compras y de seguimiento de la producción en Hong Kong. Continuamos implantando la certificación ISO 9001 en 2025. En este caso, fue el turno de nuestra oficina en Shanghái.

CONFORMIDAD PRODUCTOS	2022	2023	2024	2025
Número de productos que han sido objeto de una alerta por parte de los clientes	37	30	17	32
Número de productos retirados de la venta	1			2
Número de productos retirados a petición de nuestros clientes				3

3.5.3 Trazabilidad de la cadena de valor

En 2025, vimos el éxito de varias iniciativas diseñadas para garantizar una mayor transparencia en la información que compartimos con nuestros clientes y para apoyarlos en la evolución de sus patrones de consumo.

Certificaciones de materiales

Desde principios de año comenzamos a incluir las distintas certificaciones relacionadas con los materiales, como GOTS (Global Organic Textile Standard), OCS (Organic Content Standard), GRS (Global Recycled Standard) y RCS (Recycled Claim Standard) y RCS (Recycled Claim Standard), en las etiquetas de nuestros productos en tiendas y en las fichas de productos del sitio web de Kiabi. El objetivo de esta información es garantizar la fiabilidad de los datos ofrecidos a nuestros clientes sobre el uso de materiales procedentes de la agricultura ecológica o reciclados, así como transmitirles confianza en materia de trazabilidad.

Etiquetado medioambiental

A finales de 2025, el etiquetado medioambiental se había aplicado en el **75 % de los productos textiles y de ropa interior**, es decir, en el 59 % de todos los productos Kiabi de la aplicación y del sitio kiabi.com. Este proyecto voluntario forma parte de una iniciativa nacional y colectiva, dirigida por el Gobierno francés y ADEME. Nuestra participación en esta iniciativa contribuye a nuestro deseo de desarrollar internamente una medida más precisa del impacto de nuestros productos y de brindar a las familias herramientas para un consumo más informado sobre temas ambientales. La creación de este etiquetado, que se refleja en nuestras fichas de producto en la cantidad de puntos de impacto, es el resultado de cinco años de trabajo interno y con las distintas partes interesadas externas. También permite diferenciarnos de nuestros competidores.

Con el fin de reforzar la labor pedagógica de esta nueva herramienta, hemos optado por añadir información adicional: el equivalente en emisiones de CO2, que traducimos en equivalencias de viajes en tren, kilómetros recorridos en coche y número de correos electrónicos enviados.

En Kiabi, una directora de proyecto se ha dedicado a este tema durante tres años, con la función de liderar a los distintos actores (trazabilidad, TI, web, comunicación, proveedor de la solución de cálculo, etc.) y de participar en grupos de trabajo con otras marcas comprometidas y la Comisión General para el Desarrollo Sostenible (CGDD). Este enfoque colectivo nos ha permitido compartir nuestros datos en varias etapas, como las encuestas de percepción de los clientes, y dar la bienvenida a una delegación del CGDD en Kiabi Village en Lezennes en 2025 para compartir comentarios sobre la operativa de este tema con los expertos. Además, también participamos en grupos de trabajo europeos sobre el tema del etiquetado medioambiental. Esperamos que haya una estandarización de las herramientas y metodologías a nivel francés y europeo, con el propósito de poder mostrar esta información al resto de nuestros clientes europeos.

Desafíos que debemos superar en relación con consumidores y usuarios finales

- Garantizar la **seguridad informática** de nuestros sistemas y de los datos de los que somos responsables, en un contexto con riesgos cada vez mayores
- Ampliar el alcance de los productos incluidos en el **etiquetado medioambiental** y cubrir el 100% del alcance establecido en el decreto francés antes de finales de 2026
- Mejorar el **NPS de los clientes** en todos los países y en todos los canales de distribución en los que estamos presentes

4.

Gobernanza



4.

Gobernanza

4.1 Visión general

La ética al servicio de la conducta empresarial

Nuestro sistema de gestión de riesgos.



En Kiabi, nuestro objetivo es hacer cada vez más por las familias.

Para poder llevar a cabo todas nuestras actividades y alcanzar este objetivos, optamos actuar en un marco justo y responsable, de acuerdo con una serie de **principios éticos**.

Kiabi, consciente de los riesgos inherentes a sus actividades y a su cadena de valor internacional, implementa un sistema estructurado para **la prevención, detección y tratamiento de los riesgos de corrupción**, de acuerdo con los requisitos legales aplicables, en particular la ley Sapin II. Esta responsabilidad se comparte en todos los niveles de la empresa, y nuestros requisitos sobre estos temas están formalizados en los **códigos de conducta**, tanto para empleados como para socios.

Garantizamos el cumplimiento de estos códigos mediante una **gobernanza** reforzada sobre el tema, una política **de control interno y auditorías** y el establecimiento de dispositivos de alerta para denunciar las infracciones de estos principios.

En el marco de la ley sobre el **deber de vigilancia**, Kiabi también implementa acciones para prevenir las violaciones de los derechos humanos y el medioambiente en toda su cadena de valor.

Retos que debemos superar

- Continuar reforzando nuestro dispositivo global de **gestión de riesgos éticos**
- Alinearnos con los requisitos de la **CSRD**

4.

Gobernanza

4.2. Conducta empresarial

4.2. Conducta empresarial

Integrar la ética y un enfoque informado de la gestión de riesgos en todas nuestras actividades es una responsabilidad compartida, asumida a todos los niveles de la empresa.

Este enfoque tiene como objetivo proporcionar a cada empleado los medios para actuar de acuerdo con nuestro **código de conducta** y principios éticos, y se basa sobre todo en las acciones individuales del día a día.

Por ello, Kiabi se compromete a:

- actuar con integridad y honradez, de conformidad con las leyes, reglamentos y normas aplicables;
- promover una cultura ética basada en el respeto de los derechos humanos y los valores fundamentales;
- contribuir a la creación de un valor sostenible, en beneficio de la empresa y de todos sus grupos de interés.

Gobernanza ética

Desde 2022, Kiabi cuenta con un departamento dedicado específicamente al cumplimiento normativo y la ética empresarial, adscrito a nivel de grupo. Este departamento se integraba inicialmente en la dirección encargada del rendimiento, pero actualmente depende de la **dirección administrativa y financiera**.

Para reforzar los equipos, se instaura un nuevo responsable para el **departamento legal, corporativo y de cumplimiento normativo**, que disfruta de independencia en el ejercicio de sus misiones, independientemente de su relación jerárquica. La alta dirección le proporciona los recursos necesarios y garantiza su autonomía, de modo que se garantiza así que las cuestiones de cumplimiento normativo, ética y prevención de riesgos se traten de manera imparcial y eficaz en todo el grupo.

En 2025, el departamento de cumplimiento normativo y ética empresarial se vio reforzado con el nombramiento de una nueva responsable, que ha integrado y consolidado este departamento en la división legal y corporativa. De este modo, se refuerza la gobernanza y la transversalidad de las cuestiones éticas dentro del grupo.

Este mismo año, el refuerzo del departamento de control Interno y la reestructuración del departamento de auditorías internas contribuyeron al fortalecimiento de los sistemas gestionados por el departamento de cumplimiento normativo y ética empresarial, al mejorar el control de riesgos y la coordinación de las funciones de segundo y tercer nivel.

La rama de cumplimiento normativo y ética empresarial gestiona y dirige:

- el **dispositivo de prevención y lucha contra la corrupción**, de acuerdo con la ley Sapin II y las regulaciones equivalentes aplicables internacionalmente;
 - el **cumplimiento de las sanciones internacionales** y la coordinación de los mecanismos de **prevención y lucha contra el fraude, el blanqueo de capital y la financiación del terrorismo**;
 - el **apoyo a las cuestiones relacionadas con la ley sobre el deber de vigilancia**, en particular en términos de respeto de los derechos humanos y la protección del medioambiente;
 - las cuestiones relacionadas con la **protección de datos personales**, de conformidad con el Reglamento general de protección de datos (RGPD) y las normativas locales equivalentes en los países en los que opera el grupo.
- De acuerdo con nuestra **visión basada en el triple capital**, los desafíos éticos se evalúan al mismo nivel que los desafíos financieros, de modo que se garantiza una integración completa y coherente en todas las decisiones estratégicas y operativas.

Estos temas son supervisados y gestionados por el **comité de auditorías, finanzas y riesgos** a nivel de grupo y por el **consejo de administración**, con intervenciones periódicas del departamento según una planificación acordada previamente.

Cultura corporativa

En Kiabi, la ética es un pilar fundamental de todo lo que hacemos. Nos aseguramos de que las prácticas y comportamientos éticos se reflejen de manera consistente en nuestras operaciones, procesos y decisiones.

El enfoque de Kiabi tiene como objetivo desarrollar **una cultura ética** dentro de la empresa, manteniéndose cerca de las preocupaciones de los equipos, participando en el desarrollo de los proyectos y proporcionando elementos para la toma de decisiones informadas en el día a día. Se basa en los principios de **Privacy by Design y Ethics by Design**, y su objetivo es integrar sistemáticamente las consideraciones éticas y de protección de datos en los procesos de diseño y desarrollo de la compañía, lo que implica ir mucho más allá de los nuevos sistemas y dispositivos tecnológicos.

Para conseguirlo, contamos con una **red de referencias** en materia de RGPD, cumplimiento normativo y ética en todas nuestras unidades de negocio, con el fin de garantizar la asimilación cultural y mantener una dinámica de proximidad.

Con el apoyo de los equipos de recursos humanos, **sensibilizamos a los empleados desde que se incorporan a la compañía** para que puedan conocer los valores éticos de la empresa, las políticas internas, el alcance del cumplimiento normativo y la ética empresarial, así como los interlocutores principales y el dispositivo de alertas. Esta concienciación tiene como objetivo fomentar, desde que el empleado se incorpora a Kiabi, una conducta transparente y honesta, de acuerdo con las leyes y reglamentos aplicables.

Al **escuchar activamente las necesidades** de los equipos y los empleados, alentamos a todos a adoptar un enfoque voluntario, seguro y responsable, teniendo en cuenta el respeto por las personas, la protección del medioambiente y los intereses de la empresa y de todas las partes interesadas.

En 2025, se prestó especial atención a la dirección de compras (DAI) y a los equipos a cargo del desarrollo internacional.

Con la DAI, se creó una **campaña para difundir el código de conducta de**

los socios con el objetivo de que todos los socios comerciales de KIABI se comprometan a respetar los principios éticos definidos. En el contexto de las licitaciones, se tienen en cuenta criterios de cumplimiento normativo y RSC a la hora de seleccionar socios. Actualmente, los equipos ahora son conscientes de los problemas que suponen los conflictos de intereses, de modo que deciden declarar cualquier situación relevante en favor del cumplimiento normativo y gestionar de manera preventiva los contextos identificados.

Para el ámbito de desarrollo internacional, el departamento de cumplimiento normativo y ética empresarial lleva a cabo sistemáticamente **estudios por país** con el objetivo de informar a los desarrolladores de negocio sobre los riesgos geopolíticos, de seguridad, corrupción, transparencia financiera, sanciones internacionales, y el contexto del respeto de los derechos humanos en los países en los que Kiabi pretende desembarcar. Estos análisis permiten identificar y gestionar los riesgos asociados a la apertura de nuevos mercados y asociaciones en un contexto internacional.

Regularmente recordamos a los empleados la importancia de la ética y el cumplimiento normativo a través de iniciativas de sensibilización y **comunicación**. Cada año, Kiabi hace especial hincapié en estos temas con motivo **del Día Internacional contra la Corrupción**, del **Privacy Day** y del **Día Mundial del Denunciante**, con el fin de **fortalecer la cultura ética, recordar las mejores prácticas y alentar a** cada empleado a actuar con integridad y responsabilidad.

Dispositivo de alerta y protección de los denunciantes

En Kiabi, existe un dispositivo de alerta disponible a través de una **plataforma segura**, accesible en **21 idiomas**, incluidos los de los países de producción y distribución. Permite a todas las partes interesadas (empleados, socios, proveedores, etc.) denunciar cualquier incumplimiento de los códigos de conducta, así como cualquier situación que sea contraria al respeto

de los derechos humanos o los requisitos ambientales. Las denuncias se pueden hacer de forma anónima.

Se puede **acceder a la plataforma** a través de **varios canales**: el sitio web de Kiabi, la intranet Ethics at Work, un enlace directo integrado en las firmas de correo electrónico de los compliance officers (oficiales de cumplimiento), códigos QR en las tarjetas de viaje y de visita de los compliance officers y auditores en Asia, así como los carteles que dicen «Sí a la integridad». En estos se incluyen códigos QR, se cuelgan en cada planta de producción y se traducen al idioma local correspondiente; también están presentes en nuestras tiendas.

Este dispositivo complementa **otros canales** de comunicación existentes, en particular la línea de mando y el departamento de recursos humanos, para garantizar que cualquier situación de riesgo pueda denunciarse y gestionarse de manera adecuada.

Kiabi **alienta a** las partes interesadas a expresarse con confianza cuando presencien un comportamiento contrario a los valores corporativos, la ley o la ética. La empresa se compromete plenamente a cumplir con las disposiciones de la ley n.º 2022-401, de 21 de marzo de 2022, destinada a mejorar la protección de los denunciantes. **No se tolera ningún acto de represalia** contra las personas que denuncien, de manera responsable y de buena fe, una infracción real o presunta que represente un riesgo para las personas o para la empresa. Cualquier forma de intimidación o represalia expone al autor a sanciones disciplinarias.

El grupo se compromete a **proteger a los denunciantes** y garantizar la estricta confidencialidad de la identidad del denunciante (cuando se identifique), de las personas mencionadas en la denuncia y de la información transmitida.

Las denuncias se gestionan de forma segura por parte de un **comité ad hoc**, creado de acuerdo con la naturaleza y la gravedad de los hechos denunciados. Este comité define conjuntamente el **plan de investigación** y estudia cuál es la mejor estrategia para llevar a cabo las investigaciones, ya sea de manera interna o subcontratada.

Para las situaciones más delicadas, se puede establecer un **comité de crisis** para garantizar el rigor de las investigaciones y la gestión adecuada de los riesgos.

El proceso de la investigación respeta el **principio de contradicción** y garantiza la **presunción de inocencia** de las personas involucradas, permitiéndoles expresarse y presentar sus observaciones. También se basa en **la independencia de los investigadores**, internos o externos, a fin de garantizar una gestión imparcial y objetiva de las denuncias.

Los resultados de las investigaciones pueden conducir a varias medidas:

- revisiones de procesos para mejorar la organización o los procedimientos,
- refuerzo de los controles internos y contables,
- acciones de comunicación y sensibilización,
- cursos de formación específicos o
- sanciones disciplinarias, aplicadas de manera proporcionada y coherente.

Las decisiones relacionadas con las sanciones disciplinarias se toman de manera **colegiada**, con la participación de los responsables de la filial, los responsables del país en cuestión y los superiores jerárquicos.

Además, las **estadísticas** de la plataforma de denuncia se presentan periódicamente al consejo de administración y al comité de auditorías, finanzas y riesgos. El aumento del número de denuncias observado en 2024 y 2025 se interpreta como un **indicador de una mayor confianza** en el sistema, así como un reflejo de un **mejor conocimiento y accesibilidad** a la herramienta, incluso para las partes interesadas externas.

4.

Gobernanza

4.3 Gestión de las relaciones con los proveedores

4.3 Gestión de las relaciones con los proveedores

Gestión de nuestros proveedores

Kiabi aplica una **política estricta** de gestión de sus relaciones con los proveedores, con el objetivo de garantizar un comportamiento correcto, responsable y sostenible en toda la cadena de suministro. Esta política integra los riesgos sociales, ambientales, económicos y de reputación, así como los posibles impactos en los problemas de sostenibilidad.

Se basa en varios ejes estratégicos:

→ Selección y evaluación de proveedores:

Los proveedores son seleccionados y evaluados de acuerdo con estrictos criterios sociales, medioambientales y éticos, incluido el respeto de los derechos humanos, las condiciones de trabajo, la salud y la seguridad, así como el desempeño medioambiental.

Kiabi favorece a los socios responsables con una integridad comercial demostrada, un historial de desempeño fiable, recursos financieros y técnicos suficientes, una cobertura de seguro adecuada y una buena reputación. Los proveedores que presentan un alto nivel de riesgo o que se consideran vulnerables están sujetos a una supervisión más estricta.

→ Apoyo y diálogo con los proveedores:

Los equipos de compras y de gestión de la cadena de suministro adoptan un enfoque de colaboración y diálogo constructivo con los proveedores. Se implementan incentivos relacionados con la calidad, el precio, la innovación y la sostenibilidad para fomentar la mejora continua de las prácticas responsables e incrementar la resiliencia de la cadena de suministro.

→ Relaciones comerciales justas

Kiabi se esfuerza por mantener relaciones comerciales transparentes, equilibradas y previsibles con sus proveedores.

→ Supervisión, control y evaluación de los resultados

El desempeño social y medioambiental de los proveedores comerciales se controla regularmente mediante visitas a las instalaciones, auditorías sociales y medioambientales, así como la implementación de planes de acción correctivos en caso de incumplimiento (consulte la sección sobre cuestiones sociales en la página 55).

Para los proveedores no comerciales incluidos en el ámbito de la dirección de compras indirectas (DAI), la evaluación se basa en los criterios SQSCI (Supply, Quality, Service, Competitiveness, Innovation) y de RSC. Estas evaluaciones se incorporan a las revisiones empresariales y de rendimiento y permiten definir planes de mejora continua.

Importancia de las compras indirectas

Kiabi se compromete a adoptar **prácticas de compra** que promuevan la responsabilidad ambiental y social. Se prefieren los proveedores que ofrecen productos y servicios que tengan un bajo impacto ambiental, reduzcan el consumo de recursos y respeten las prácticas laborales éticas.

KIABI alienta a sus proveedores a demostrar su compromiso con la **sostenibilidad** a través de una actitud transparente y **colaborativa**. La selección de los proveedores se basa en una evaluación objetiva y equitativa de las ofertas, según criterios predefinidos que integran los requisitos éticos y de sostenibilidad, lo que permite evaluar el nivel de madurez de los socios con respecto al código de conducta ética de los socios y a un proceso de mejora continua.

El proceso Source to Contract garantiza que las decisiones de compra están alineadas con los compromisos de Kiabi en materia de responsabilidad,

relación calidad-precio y relaciones sostenibles con los proveedores. Las negociaciones contractuales se llevan a cabo de manera responsable para llegar a acuerdos equilibrados que protejan los intereses de ambas partes.

El departamento de compras indirectas (DAI) es responsable de evaluar a los nuevos proveedores no comerciales a nivel del grupo. Garantiza la supervisión continua de la eficacia de las actividades de compras y controla que la estrategia de compras esté en línea con los objetivos generales de la empresa.

El ámbito del departamento de compras indirectas (DAI) se define de acuerdo con un enfoque basado en el riesgo, que tiene en cuenta en particular:

- el importe de los gastos;
- las oportunidades para crear valor (reducción de costes, optimización de procesos, innovación, colaboración con los proveedores, reducción de riesgos, cumplimiento normativo y sostenibilidad);
- el nivel de riesgo para la empresa (financiero, legal, reputacional, de suministro, de servicio, de calidad);
- el nivel de complejidad (naturaleza de la compra, condiciones del mercado, requisitos reglamentarios, impacto estratégico);
- el impacto en las personas y el medioambiente (derechos humanos, condiciones laborales, salud y seguridad, energía, residuos, emisiones).

En este contexto, algunas compras se pueden realizar sin la intervención directa del departamento de compras indirectas (DAI), sino mediante un proceso de delegación formalizado y auditable, diseñado para permitir a todos los empleados seleccionar a sus socios de forma independiente y responsable, de conformidad con las normas internas, los requisitos éticos y los criterios de cumplimiento de Kiabi, así como sus compromisos en materia social y medioambiental.

4.

Gobernanza

4.4 Gestión de los riesgos éticos

4.4 Sistema de gestión de riesgos éticos

La lucha contra la corrupción

La lucha contra la corrupción es un pilar esencial del compromiso ético de Kiabi y un factor clave de confianza con todas sus partes interesadas. Kiabi, consciente de los riesgos inherentes a sus actividades y a su cadena de valor internacional, implementa un sistema estructurado para la prevención, detección y tratamiento de los riesgos de corrupción, de acuerdo con los requisitos legales aplicables, en particular la **ley Sapin II**.

Este sistema forma parte de un **proceso de mejora continua** y se basa en políticas, procedimientos, acciones de formación y sensibilización, así como en mecanismos de control y seguimiento, destinados a garantizar la integridad de las prácticas y promover una cultura de ética y responsabilidad en el grupo.

De acuerdo con las recomendaciones de la Agencia Francesa Anticorrupción (AFA), Kiabi estructura su programa de prevención y lucha contra la corrupción en torno a tres pilares inseparables:

1. El compromiso de la alta dirección: este compromiso se basa en el comportamiento ejemplar en términos de integridad y honradez, la promoción activa del sistema anticorrupción, la provisión de los recursos necesarios para su gestión, así como la toma de decisiones relativas a las sanciones en caso de incumplimiento.

2. Conocimiento de los riesgos: el Grupo desarrolla y actualiza un mapa de los riesgos de violaciones de la integridad, vinculado al mapeo global de los riesgos corporativos.

3. Gestión de los riesgos identificados: se implementan medidas y procedimientos para prevenir, detectar y remediar comportamientos o situaciones que son contrarios al código de conducta o que pueden constituir violaciones de la integridad. Esta gestión se basa en particular en:

→ normas internas y externas, incluidos el código de conducta interno y el código de conducta ética de los socios;

→ acciones de sensibilización y formación para los empleados;

→ la evaluación de terceros;

→ el establecimiento de un dispositivo de alerta interno y externo;

→ controles internos y contables;

→ la aplicación de medidas correctivas y un régimen disciplinario.

En 2025, Kiabi evaluó la eficacia de su sistema anticorrupción con la ayuda de una firma externa especializada en cumplimiento normativo y lucha contra la corrupción. Este enfoque permitió obtener información precisa sobre el nivel de madurez de cada uno de los pilares, identificar áreas de mejora y apoyar la gestión de las prioridades, así como la evolución del sistema.

SEGÚN el responsable de cumplimiento normativo y ética empresarial, las sociedades del grupo Kiabi nunca han sido condenadas por corrupción.

El cumplimiento de las sanciones internacionales

Kiabi garantiza el cumplimiento de las sanciones internacionales y la implementación de medidas para prevenir y combatir el fraude, el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo (LCB-FT). Estas acciones se llevan a cabo en coordinación con las funciones clave del grupo para garantizar la coherencia y la eficacia de las prácticas en el propio grupo y en todas sus operaciones.

El deber de vigilancia

En el marco de la **ley sobre el deber de vigilancia**, Kiabi implementa acciones para **prevenir** las violaciones de los derechos humanos y el

medioambiente en toda su cadena de valor. Este sistema se basa en un enfoque transversal y coordinado entre las distintas unidades de negocio, lo que permite identificar, evaluar y tratar los riesgos relacionados con las actividades del grupo, así como con las de sus socios.

Las prácticas del grupo se basan en **normas internacionales** reconocidas, en particular los Principios Rectores de **Naciones Unidas** sobre Empresas y Derechos Humanos y las **normas de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)**, con el fin de garantizar el respeto de los derechos fundamentales de los trabajadores, las condiciones de trabajo y la protección del medioambiente en todas sus operaciones.

La relación con los proveedores de productos destinados a los clientes se rige por el **código de conducta para socios**, que se incluye en los contratos celebrados con los proveedores con los que Kiabi contrata directamente. Este código define los **requisitos sociales y ambientales del grupo**. En particular, prohíbe el trabajo infantil, el trabajo forzoso y todas las formas de discriminación, garantiza la libertad de asociación y establece requisitos relacionados con las condiciones de seguridad, los horarios de trabajo y la protección del medioambiente. Esta estrategia se basa, concretamente, en:

→ el mapeo y la evaluación de los riesgos relacionados con los derechos humanos y el medioambiente;

→ el apoyo y la concienciación de los equipos operativos;

→ la aplicación de medidas preventivas y de detección, sobre todo mediante auditorías sociales y medioambientales (consulte la página 54), así como medidas correctivas, mediante planes de acción elaborados en colaboración con los socios implicados, sujetos a un seguimiento estricto;

→ el seguimiento y la elaboración de informes periódicos sobre la eficacia del sistema.

4.

Gobernanza

4.5 Partes interesadas y ecosistemas

4.5 Partes interesadas y ecosistemas

Como actor importante en su mercado, Kiabi es una parte integral de la industria de la moda y coopera con distintos tipos de actores y partes interesadas.

Partes interesadas

→ **Personal** comprometido por 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 a través de la Kiabi Foundation, el proyecto «Le Petit Magasin» y acciones solidarias en todos nuestros países. Desde 2018, Kiabi tiene un acuerdo firmado con las iniciativas Business Social Compliance Initiative/ Business Environmental Performance Initiative.

Apoyamos numerosas estructuras asociativas, en particular a través de nuestra Kiabi Foundation. Trabajamos en colaboración con asociaciones de inserción laboral en el contexto del desarrollo de las tiendas solidarias «Le Petit Magasin».

→ **Medios de comunicación** 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.

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

Nuestro ecosistema empresarial

REFOREST'ACTION

reforestaction.com

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.

Kiabi ha establecido una sólida asociación con Reforest'Action para desarrollar proyectos de agricultura regenerativa dentro de su cadena de valor. Juntos, y confiando en las cooperativas agrícolas locales, estamos desarrollando la agrosilvicultura para reducir el impacto de los cultivos y regenerar los suelos.

Nuestro ecosistema en el sector de RAP

CITEO

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.

Kiabi es miembro de la organización ecológica Citeo y, como tal, declara

la comercialización de los envases que pertenecen a este sector de RAP en Francia y paga la contribución ecológica para cubrir los costes de prevención y gestión de estos envases al final de su vida útil.

REFASHION

ReFashion.fr

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, ReFashion ofrece herramientas, servicios y datos que facilitan y aceleran la transformación hacia la economía circular.

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 y en el comité estratégico, en las licitaciones, pero también en grupos de trabajo en los que colaboran varias empresas, como los comités de ecomodulación y ecodiseño.

RE-VISTE

re-viste.org

RE-VISTE es un sistema colectivo de responsabilidad ampliada del productor (SCRAP) para los residuos textiles (ropa, textiles para el hogar, zapatos y artículos de cuero).

Su misión, en colaboración con el resto de actores, es organizar y financiar la gestión de los residuos, incluida la de los residuos reciclables, de manera eficiente y sostenible, de acuerdo con los principios de la economía circular; impulsar las cadenas de reciclaje y promover las buenas prácticas en ecodiseño, de acuerdo con la normativa vigente.

Con el fin de contribuir a la implantación de soluciones en el sector textil y del calzado en España, Kiabi se unió al colectivo Re-Viste, fundado por la Asociación para la Gestión del Residuo Textil y el Calzado en 2024 en Madrid.

ERION TEXTILES

eriontextiles.it

Erion Textiles es el sistema de cumplimiento italiano para los fabricantes de ropa, accesorios, artículos de cuero, ropa de hogar y calzado. Es la principal organización italiana de responsabilidad ampliada del productor y se dedica a la gestión de los residuos textiles. Para contribuir a la implantación de soluciones en el sector textil y del calzado en Italia, Kiabi se ha unido al colectivo Erion Textiles, fundado por la organización ecológica Erion, que ya gestiona varios sectores de RAP en Italia.

BEBAT

bebat.be

Bebat es la organización ecológica belga responsable de recoger, clasificar y reciclar pilas y baterías. Coordina una red nacional de puntos de recogida, sensibiliza a los ciudadanos y garantiza la gestión de los residuos de baterías para limitar su impacto ambiental. Kiabi es miembro de la organización ecológica Bebat y, como tal, declara la comercialización de los productos que pertenecen a este sector de RAP en Bélgica y paga la contribución ecológica para cubrir los costes de prevención y gestión de estos productos al final de su vida útil.

CONAI

conai.org

Conai es el consorcio nacional italiano para la gestión de envases. Organiza la prevención, la recogida, el reciclaje y la recuperación de los residuos de envases, y ayuda a las empresas y comunidades a desarrollar una economía circular eficiente. Kiabi es miembro de la organización ecológica Conai y, como tal, declara la comercialización de los envases que pertenecen a este sector de RAP en Italia y paga la contribución ecológica para cubrir los costes de prevención y gestión de estos envases al final de su vida útil.

ECOEMBES

ecoembes.com

Ecoembes es la organización ecológica española dedicada a los embalajes

domésticos. Financia y organiza su recogida selectiva, clasificación y reciclaje, apoya a los municipios y a las empresas y lleva a cabo acciones de sensibilización para mejorar la circularidad de los materiales.

Kiabi es miembro de la organización ecológica Ecoembes y, como tal, declara la comercialización de los envases que pertenecen a este sector de RAP en España y paga la contribución ecológica para cubrir los costes de prevención y gestión de estos envases al final de su vida útil.

ECOMAIISON

ecomaison.com

Ecomaison es la organización ecológica francesa del sector de objetos y materiales del hogar. Organiza la recogida, la reutilización y el reciclaje de muebles, juguetes, artículos de bricolake y textiles decorativos con el fin de reducir los residuos y preservar los recursos.

Kiabi es miembro de la organización ecológica Ecomaison y, como tal, declara la comercialización de los juegos y juguetes que pertenecen a este sector de RAP en Francia y paga la contribución ecológica para cubrir los costes de prevención y gestión de estos productos al final de su vida útil.

ECOSYSTEM

ecosystem.eco

Ecosystem es la organización ecológica francesa a cargo de los equipos eléctricos, electrónicos y las lámparas. Desarrolla soluciones para la recogida, la descontaminación, la reutilización y el reciclaje, al tiempo que crea conciencia entre los actores sobre un consumo más responsable. Kiabi es miembro de la organización ecológica Ecosystem y, como tal, declara la comercialización de los productos eléctricos y electrónicos que pertenecen a este sector de RAP en Francia y paga la contribución ecológica para cubrir los costes de prevención y gestión de estos productos al final de su vida útil.

FOST PLUS

fostplus.be

Fost Plus gestiona la recogida selectiva y el reciclaje de envases domésticos en Bélgica. Coordina los flujos de materiales, apoya a

los municipios, innova para mejorar el desempeño medioambiental y promueve la economía circular de los envases.

Kiabi es miembro de la organización ecológica Fost Plus y, como tal, declara la comercialización de los envases que pertenecen a este sector de RAP en Bélgica y paga la contribución ecológica para cubrir los costes de prevención y gestión de estos envases al final de su vida útil.

PONTO VERDE

pontoverde.pt

La Sociedade Ponto Verde es la organización ecológica portuguesa para los envases. Garantiza su gestión, desde la recogida hasta el reciclaje, apoya a las empresas en sus obligaciones medioambientales y promueve las buenas prácticas para una economía más circular. Kiabi es miembro de la organización ecológica Ponto Verde y, como tal, declara la comercialización de los envases que pertenecen a este sector de RAP y paga la contribución ecológica para cubrir los costes de prevención y gestión de estos envases al final de su vida útil.

BATRIBOX

batribox.fr

Batribox es la organización ecológica francesa especializada en pilas y baterías. Organiza su recogida, reciclaje y recuperación, desarrolla acciones de sensibilización y apoya a los productores para limitar el impacto ambiental de estos productos.

Kiabi es miembro de la organización ecológica Batribox y, como tal, declara la comercialización de pilas y baterías y paga la contribución ecológica para cubrir los costes de prevención y gestión de estos productos al final de su vida útil.

VALDELIA

valdelia.org

Valdelia es la organización ecológica francesa del sector del mobiliario profesional, que ahora abarca también el mobiliario doméstico. Organiza la recogida, la reutilización y el reciclaje de muebles de empresas y hogares, promueve el ecodiseño y apoya la economía circular en los

sectores terciario e industrial.

Kiabi es miembro de la organización ecológica Valdelia y, como tal, declara la comercialización del mobiliario que pertenece a este sector de RAP y paga la contribución ecológica para cubrir los costes de prevención y gestión de estos productos al final de su vida útil.

Nuestro ecosistema de ONG

LA FÉDÉRATION DE LA MODE CIRCULAIRE

federationmodecirculaire.fr

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

Kiabi ha fijado objetivos muy ambiciosos en términos de circularidad. Por ello, para apoyar al sector y poder participar en todos estos desafíos, Kiabi se unió a la federación circular de moda en 2024.

CASCALE

cascale.org

Cascale agrupa a más de 300 marcas y minoristas, fabricantes y proveedores, gobiernos, instituciones universitarias y miembros sin ánimo de lucro de todo el sector de los bienes de consumo para luchar contra el cambio climático y defender el principio de un trabajo digno para todos. Para Kiabi unirse a Cascale le aporta varios beneficios, como:

- Acceso a una red diversificada
- Evaluación comparativa de la sostenibilidad
- Conocimiento de la cadena de suministro
- Defensa de la comunidad
- Colaboración sectorial

Estas ventajas permiten a Kiabi ayudar a crear una industria de la moda más responsable y equitativa.

USCTP - US Cotton Trust Protocol®

trustuscotton.org

El USCTP reúne a todos los actores del sector del algodón estadounidense (universitarios, investigadores y toda la cadena de suministro, desde las plantaciones hasta las estanterías de las tiendas) para desarrollar un programa que pruebe, mida y verifique las prácticas agrícolas responsables, al tiempo que fomenta la innovación y apoya a los productores con información y recursos. En 2020, se lanzó el Cotton Trust Protocol® de Estados Unidos. El Cotton Trust Protocol® realiza un seguimiento de los progresos logrados en relación con los objetivos medioambientales medibles mediante el uso de datos verificados. Nos centramos en lo que importa: el uso de la tierra, la salud del suelo, el agua, las emisiones y la energía, todas áreas en las que las mejoras pueden impulsar tanto la eficiencia como la rentabilidad de las explotaciones agrícolas.

La solución de trazabilidad, Protocol Consumption Management Solution (PCMS), permite realizar un seguimiento del algodón desde las explotaciones agrícolas hasta el producto terminado. Esta herramienta ofrece información basada en datos para un abastecimiento responsable. Kiabi se unió al USCTP en 2023, por lo que nuestros proveedores utilizan algodón de plantaciones OCA. Estamos comprometidos con un tonelaje anual y formamos parte de la junta directiva desde hace dos años.

ACTS AND FACTS

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

Amfori es una asociación profesional internacional que facilita la gestión de riesgos para empresas de todos los tamaños y de todos los sectores con el

objetivo de construir cadenas de suministro más resilientes y sostenibles. 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

Es una organización global sin ánimo de lucro cuyo objetivo es formar a los productores de algodón sobre prácticas agrícolas más responsables, 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. Estamos en proceso de desvinculación de esta iniciativa, ya que el algodón BCI ya no cumple con nuestras expectativas en términos de datos y trazabilidad.

ICS (INITIATIVE CLAUSE SOCIALE)

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 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.

EIS - Employment Injury Scheme

eis-pilot-bd.org

El programa piloto de indemnización para accidentes laborales (EIS,

por sus siglas en inglés) en Bangladesh es una iniciativa de seguridad social destinada a indemnizar económicamente a los trabajadores del sector de la moda en caso de fallecimiento o incapacidad permanente ocurridos en el trabajo. El Ministerio de Trabajo y Empleo de Bangladesh se encarga de administrar este programa a través del Fondo Central, con el apoyo técnico de la OIT y la GIZ (Sociedad Alemana para la Cooperación Internacional).

Para unirse al programa OIT/EIS, Kiabi debe:

- Contribuir al programa de forma voluntaria y demostrar así su compromiso con el bienestar de los trabajadores del sector de la moda.
- Apoyar el programa contribuyendo al fondo, lo que permite cubrir los costes asociados al EIS.
- Concienciar a los trabajadores sobre el EIS y asegurarse de que estén informados de sus derechos y beneficios.

ORGANIC COTTON ACCELERATOR

organiccottonaccelerator.org

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 algodónero en general. OCA apoya a los agricultores porque son los catalizadores de este cambio, los protectores de la tierra. Si apoyamos a los agricultores, fortalecemos el sector algodónero.

Kiabi se unió al OCA en 2021, por lo que nuestros proveedores utilizan algodón de plantaciones OCA. Estamos comprometidos con un tonelaje anual y formamos parte de la junta directiva desde hace dos años.

ORSE

orse.org

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. Kiabi es miembro de esta iniciativa.

PARIS GOOD FASHION

parisgoodfashion.fr

Una asociación que tiene como objetivo convertir París en la capital de la moda más responsable. 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.

TEXTILE EXCHANGE

textileexchange.org

Es una organización sin ánimo de lucro que trabaja en todo lo relacionado con el cambio climático para la industria textil y de la confección. Apoya a una creciente comunidad de marcas, fabricantes y agricultores para lograr una producción rediseñada desde el principio de la cadena de suministro.

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.

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 que tienen un menor impacto en el medioambiente 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.

TE es una fuente de datos, informes y conferencias, y permite que las marcas y los actores del sector textil conecten durante la celebración de conferencias anuales.

5.

Anexos

Detalles de los convenios colectivos por país

5.

Anexos

Detalles de los convenios colectivos por país

5.1 Francia

TIPO DE ACUERDO	Temática	Empresa implicada	Objetivos del acuerdo	KPI del acuerdo
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 desempeño	Encuesta GPTW
Teletrabajo	Bienestar en el trabajo	UES	Mantener el equilibrio entre la calidad de vida del empleado y el desempeño de la empresa	Encuesta GPTW
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)	
Igualdad de género	Igualdad de género	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: Disponibilidad de un curso de e-learning para promover la diversidad: todos los participantes en el proceso de contratación deben hacerlo Número de personas que se han beneficiado de una acción formativa en los 12 meses siguientes a la reincorporación tras una larga ausencia. Seguimiento de la brecha salarial entre mujeres y hombres en el mismo puesto, y el mismo nivel de experiencia en el cargo. Número de empleados con baja por paternidad que han decidido mantener su mutualidad.
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, 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
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).
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	
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	
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	

5.1 Francia (continuación)

TIPO DE ACUERDO	Temática	Empresa implicada	Objetivos del acuerdo	KPI del acuerdo
Acuerdo de tiempo de trabajo supervisores tienda	Bienestar en el trabajo	KIA	Implantar una organización homogénea del trabajo para todos los supervisores de tienda	
Acuerdo de participación en los beneficios	Poder adquisitivo	KIA + LOG +BUN		
Acuerdo de participación	Poder adquisitivo	UES		
Servicio de guardia	Bienestar en el trabajo	UES (BUNSHA + KL + KIABI EUROPE)	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
Negociaciones anuales obligatorias (NAO)	Poder adquisitivo	UES (BUNSHA + KLO + KIABI EUROPE)	Mantener el poder adquisitivo y negociar medidas para mejorar las condiciones de trabajo y los beneficios	

5.2 España

TIPO DE ACUERDO	Temática	Empresa implicada	Objetivos del acuerdo	KPI del acuerdo
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
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.	
Bekiabers	Poder adquisitivo	KES	Acceso a precios reducidos a servicios como restaurantes, cines, gimnasios, etc.	Índice de participación
Plan de igualdad y diversidad	Igualdad de género	KES	Garantizar, promover y liderar la igualdad profesional entre los empleados independientemente de su sexo.	Rotación y absentismo
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
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
Plan de Inclusión Social	Inclusión	KES	Convenio con asociaciones para la inclusión profesional de colectivos desfavorecidos.	eNPS e índ. compromiso
Comité Kiabi Live	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
Participación accionarial	Poder adquisitivo	KES	Oportunidad de participar en el accionariado de Kiabi.	Índice de participación

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

5.3 Portugal

TIPO DE ACUERDO	Temática	Empresa implicada	Objetivos del acuerdo	KPI del acuerdo
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	

5.4 Bélgica

TIPO DE ACUERDO	Temática	Empresa implicada	Objetivos del acuerdo	KPI del acuerdo
Maternidad	Bienestar en el trabajo	KSCB	Plan global de prevención en el contexto de la protección de la maternidad (puesto responsable ventas).	
Acuerdo de trabajo dominical	Conciliación de 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.	
2022 → Plan de empleo de trabajadores de 45 y más	Conciliación de 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
2022 → Convenio colectivo de trabajo sobre prestaciones de desempeño 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.	
2023 → Convenio colectivo de trabajo sobre prestaciones de desempeño 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.	
2024 → Convenio colectivo de trabajo sobre prestaciones de desempeño 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.	
2024 → Política para combatir el absentismo	Bienestar en el trabajo	KSCB	Política de gestión del absentismo sostenible y positiva: dirigida a reducir el absentismo, combinada con una política de bienestar en el trabajo.	Absentismo

5.4 Bélgica (continuación)

TIPO DE ACUERDO	Temática	Empresa implicada	Objetivos del acuerdo	KPI del acuerdo
2024 → Derecho a la desconexión	Bienestar en el trabajo	KSCB	Acuerdo destinado a garantizar el tiempo de descanso, el equilibrio entre la vida laboral y personal y a regular el uso de herramientas digitales.	
2024 → Vales de comida	Poder adquisitivo	KSCB	Acuerdo de trabajo colectivo con los interlocutores sociales para transformar las bonificaciones anuales en vales de comida y, por lo tanto, aumentar el poder adquisitivo de los kiabers.	
2025 → Convenio colectivo de trabajo sobre prestaciones de desempeño 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.	
2025 → Plan de empleo de trabajadores de 45 y más	Conciliación de 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
Protección de la maternidad	Bienestar en el trabajo	KSCB	Con la adaptación previa de la descripción del puesto de trabajo ante las autoridades competentes, posibilidad de solicitar una baja por maternidad a partir del sexto mes de embarazo en lugar de 1 semana antes de la fecha prevista de parte	GPTW, bienestar, absentismo
Modulación horaria	Equilibrio entre la vida laboral y familiar	KSCB	Aplicación de horarios de trabajo flexibles (anualización del tiempo de trabajo: trimestral por el momento)	Formación profesional

5.5 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 formación profesional, % 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 formación profesional, % 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 formación profesional, % 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 formación profesional, % 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

5.

Anexos

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 elaborado 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 2025 (1 de enero - 31 de diciembre de 2025). Han sido revisados de forma independiente por Mazars.

Calidad y medioambiente

KIABI ha realizado el segundo seguimiento del certificado ISO 14001 de Gestión ambiental y el primer seguimiento del certificado ISO 9001 de Gestión de la Calidad, acreditado por AENOR. La ISO 9001 certifica la calidad de los procesos y servicios, fomentando la mejora continua y la satisfacción del cliente.

Esta certificación asegura que los servicios proporcionados por KIABI cumplen con los más altos estándares de calidad, lo que se traduce en una mayor satisfacción del cliente y resultados consistentes. Por otro lado la ISO 14001 permite identificar, controlar y reducir los impactos ambientales, garantizar el cumplimiento de los requisitos legales y la confianza de las partes interesadas. 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 cero residuos 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 adquieran compromisos en la toma de decisiones de una forma ética, responsable y sostenible.

Energía:

- El consumo de energía en 2025 frente a 2024 en nuestros centros de trabajo fue de 16 812 708 kWh (2025) frente a 16 019 188 kWh (2024).
- Contratación de energía con empresas de Grupo SRS procedente de fuentes renovables (energía verde 100 %) y con certificados de garantía de origen.
- Apostamos por la energía fotovoltaica en uno de nuestros centros de trabajo.
- Instalación de máquinas de clima más eficientes, ampliación de luminarias tipo LED, sustitución de cortinas de aire, instalación de detectores de presencia y de baterías de condensadores en nuestros centros de trabajo.
- Gestión y automatización de instalaciones a través de sistemas BMS en nuestros centros de trabajo.
- Instalación de electroválvulas para reducir las posibles fugas en cisternas en aseos.

Consumibles:

- Bolsas clientes: utilizamos en nuestras tiendas bolsas de papel 100 % reciclado de 3 tamaños diferentes, que poseen el certificado FSC (papel proviene de bosques gestionados de manera responsable) punto verde y símbolo para el reciclado de envases.
- 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 domésticos y comerciales 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 de 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 fracción resto).
- Gestión de tóners: colaboramos con la empresa de gestión de cartuchos y tóner gastados.
- Gestión de RAEE (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).
- Formación ecodiseño.

Huella de carbono:

- Cumplimiento de lo establecido en RD 214/2025, de 18 de marzo, por el que se crea el registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono y por el que se establece la obligación del cálculo de la huella de carbono y de la elaboración y publicación de planes de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.
- Política corporativa de reducción de emisiones de Alcance 1 y 2.

NUESTROS EQUIPOS

Empleo

Desde que se fundó la marca en Francia en los años 70, nuestra marca ha sido un claro compromiso para facilitar la vida de las personas. En nuestro caso, democratizando la moda, a pequeños precios para toda la familia. Y esa palabra, FAMILIA, está en el corazón 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 2035, y es la base de todo lo que hacemos en la empresa, para empleados, clientes, socios, etc. Es el objetivo, el faro, de los Kiabers en 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 a 31 de diciembre de 2024 y 2025 respectivamente.

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

Kiabi España cerró 2025 con una plantilla de 1.505 personas repartidas por todo el país. A finales de 2025, contaba con 75 tiendas, incluidas 4 franquicias, y servicios centrales.

Número total de empleados

Año fiscal 2024

Número total de personas	Hombres	Mujeres	% hombres	% mujeres
1 392	167	1225	12 %	88 %

Año fiscal 2025

Total plantilla	Hombres	Mujeres	% hombres	% mujeres
1505	161	1344	11 %	89 %

Por categoría profesional

Año fiscal 2024

Categoría profesional	Hombres	Mujeres	Total	% hombres	% mujeres
Directores	5	2	7	71 %	29 %
Gestores intermedios	45	87	132	34 %	66 %
Empleados	117	1136	1253	9 %	91 %
Total	167	1225	1 392	12 %	88 %

Año fiscal 2025

Categoría profesional	Hombres	Mujeres	Total	% hombres	% mujeres
Directores	4	2	6	67 %	33 %
Gestores intermedios	43	90	133	32 %	68 %
Empleados	114	1252	1366	8 %	92 %
Total	161	1344	1505	11 %	89 %

Por edad

Año fiscal 2024

Edad	Hombres	Mujeres	Total
<25	32	258	290
25-35	64	428	492
36-55	68	520	588
>55	3	19	22
Total	167	1225	1 392

Año fiscal 2025

Edad	Hombres	Mujeres	Total
<25	38	376	414
25-35	50	400	450
36-55	69	547	616
>55	4	21	25
Total	161	1344	1505

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 Kiaber. En Kiabi, todos son protagonistas de su propio desarrollo, trabajando en planes de acción individuales que les permitan asumir nuevas responsabilidades. Trabajar en Kiabi significa formar parte de una empresa en continuo desarrollo, con un extraordinario ambiente de trabajo en el que la comunicación y el trabajo en equipo son pilares fundamentales.

¿Qué es ser Kiaber? Ser Kiaber es una actitud, cuyas cualidades o comportamientos más representativos serían:

1. Ser emprendedor: tomar las riendas de tu desarrollo en la empresa, tener voz propia, aportar y proponer, sea cual sea el rol que asumas 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 nuestra política de movilidad interna.

2. Ser generoso: COMPARTIR, con mayúsculas; conocimientos, tiempo, recursos, con acciones de la Fundación Kiabi, etc. Pedir y dar ayuda cuando sea necesario, con humildad y para 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. Ten 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 único. Nuestros procesos de selección, en los que involucramos a personas de toda la empresa, representan perfectamente esta pasión.

5. Estar cerca: 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.

Distribución de los empleados por tipo de contrato permanente o temporal, tipo de contrato a tiempo completo y/o a tiempo parcial

Año fiscal 2024

Tipo de contrato	Hombres	Mujeres	Total
Empleo a tiempo completo	66	202	268
Empleo a tiempo parcial	101	1023	1124
Total	167	1225	1 392

Año fiscal 2025

Tipo de contrato	Hombres	Mujeres	Total
Empleo a tiempo completo	64	207	271
Empleo a tiempo parcial	97	1137	1234
Total	161	1344	1505

Año fiscal 2024

Tipo de contrato	Ilimitado	Plazo fijo	Total
Empleo a tiempo completo	264	4	268
Empleo a tiempo parcial	872	252	1124
Total	1136	256	1 392

Año fiscal 2025

Tipo de contrato	Ilimitado	Plazo fijo	Total
Empleo a tiempo completo	266	5	271
Empleo a tiempo parcial	908	326	1234
Total	1174	331	1505

Año fiscal 2024

Tipo de contrato	Hombres	Mujeres	Total
Ilimitado	145	991	1136
Plazo fijo	22	234	256
Total	167	1225	1 392

Año fiscal 2025

Tipo de contrato	Hombres	Mujeres	Total
Ilimitado	132	1042	1174
Plazo fijo	29	302	331
Total	161	1344	1505

Por tipo de contrato y edad

Año fiscal 2024

Edad	A tiempo completo	A tiempo parcial	Total
<25	3	287	290
25-35	80	412	492
36-55	179	409	588
>55	6	16	22
Total	268	1124	1 392

Año fiscal 2025

Edad	A tiempo completo	Tiempo parcial	Total
<25	4	410	414
25-35	76	374	450
36-55	185	431	616
>55	6	19	25
Total	271	1234	1505

Año fiscal 2024

Edad	Ilimitado	Plazo fijo	Total	% Indefinido
<25	162	128	290	56 %
25-35	401	91	492	82 %
36-55	553	35	588	94 %
>55	20	2	22	91 %
Total	1136	256	1 392	82 %

Año fiscal 2025

Edad	Ilimitado	Plazo fijo	Total	% Indefinido
<25	226	188	414	55 %
25-35	352	98	450	78 %
36-55	573	43	616	93 %
>55	23	2	25	92 %
Total	1174	331	1505	78 %

Por tipo de contrato y categoría profesional

Año fiscal 2024

Categoría profesional	Ilimitado	Plazo fijo	Total	% Indefinido
Directores	7	0	7	100 %
Gestores intermedios	132	0	132	100 %
Empleados	997	256	1 253	80 %
Total	1136	256	1 392	82 %

Año fiscal 2025

Categoría profesional	Ilimitado	Plazo fijo	Total	% Indefinido
Directores	6	0	6	100 %
Gestores intermedios	133	0	133	100 %
Empleados	1035	331	1366	76 %
Total	1174	331	1505	78 %

Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional

Por grupo de edad y sexo

Año fiscal 2024

Edad	Hombres	Mujeres	Total
<25	0	0	0
25-35	0	5	5
36-55	3	14	17
>55	0	2	2
Total	3	21	24

Año fiscal 2025

Edad	Hombres	Mujeres	Total
<25	0	3	3
25-35	3	10	13
36-55	5	11	16
>55	1	0	1
Total	9	24	33

Por categoría profesional y sexo

Año fiscal 2024

Categoría profesional	Total
Directores	0
Gestores intermedios	6
Empleados	18
Total	24

Año fiscal 2025

Categoría profesional	Total
Directores	1
Gestores intermedios	11
Empleados	21
Total	33

La estrategia de Kiabi España es posicionar los salarios y beneficios en torno a la mediana 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

KIABI ESPAÑA KSCE ha obtenido la certificación ISO 45001 para su Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. La certificación, basada en estándares internacionales, promueve prácticas seguras en los centros de trabajo y contribuye a la reducción de riesgos laborales. Estos logros no solo benefician a la empresa misma, sino que también contribuyen al bienestar de sus empleados y a la confianza de sus clientes en su capacidad para cumplir con los más altos estándares de excelencia. Entre sus beneficios también destacan la mejora de la imagen de marca de la empresa, se facilita el cumplimiento legal, una mayor confianza de los empleados, mayor implicación en la seguridad y salud en el trabajo y la reducción de la siniestralidad. Asimismo, durante el año 2024 se han realizado las Auditorías reglamentarias de Prevención obteniendo unos resultados favorables.

En conclusión, la certificación ISO 45001 por parte de KIABI y sus certificaciones adicionales reflejan su compromiso con la seguridad, la calidad y la protección del medioambiente. De esta forma, KIABI ha integrado todos sus sistemas de gestión de manera integral, plasmada a través de su Política de calidad, medio ambiente y SST (seguridad y salud en el trabajo).

En cuanto a la siniestralidad, en 2025 se produjeron 26 accidentes con baja (en 2024 se produjeron 28 accidentes con baja). El índice de incidencia en jornada (entendido como la relación porcentual entre los accidentes de trabajo con baja en jornada de trabajo (bajas sin recaída) y la plantilla) representa el 1,22 %, por debajo del índice de incidencia de accidentes en jornada de trabajo con baja en 2025, en la actividad de comercio minorista (CNAE 47).

Fuente: Anuario de Estadísticas del Ministerio de Trabajo y Economía Social, correspondiente a la división de actividades según la CNAE-2009 para los asalariados. A continuación se presentan los datos correspondientes al número de accidentes de trabajo con baja, desglosados por género:

Sexo	2024	2025
Hombres	2	5
Mujeres	26	21
Total	28	26

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 2025 el porcentaje de trabajadores acogidos al convenio era del 100%. En Enero de 2023 se firmó el nuevo convenio colectivo de Kiabi España que hace referencia al Convenio de grandes almacenes en determinadas materias laborales.

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, siendo un ejemplo de este canal de información los acuerdos de mantenimiento del empleo, el acuerdo de posicionamiento de la jornada laboral y el acuerdo de desconexión digital.

Asimismo, Kiabi España cuenta con un Comité de Seguridad y Salud,

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.

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 mantiene el establecimiento de un protocolo contra el acoso sexual y el acoso por razón de sexo, tal y como se recoge en nuestro convenio colectivo, cuyo capítulo XI 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 2024 se tramitaron dos quejas y se procedió a la apertura del correspondiente expediente de investigación, conforme lo establecido en el Protocolo de prevención y actuación en situaciones de acoso laboral vigente en la empresa.

Formación

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 desempeño. 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.

A continuación se presenta el número total de horas de formación por género:

Sexo	Horas 2024	Horas 2025
Mujeres	27 611	27
Hombres	5432	5
Total	33 043	33 185

Igualdad

Como buscadores de talentos, nos enorgullecemos de ofrecer igualdad de oportunidades y nos comprometemos a contratar a los mejores talentos, independientemente de su raza, sexo, edad u otras capacidades.

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.

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:

1. Selección.
2. Contratación de personal.
3. Promoción.
4. Formación.
5. Remuneración.

- 6. Conciliación.
- 7. Salud en el trabajo.
- 8. Prevención del acoso sexual y/o de género y de la violencia de género.
- 9. Comunicación y sensibilización.

En este contexto y continuando en la línea de trabajo mencionada, en fecha 14 de septiembre de 2022 se firmó el 2º Plan de Igualdad, de Kiabi España.

Total de personas con capacidades diferentes	17
% de personas con capacidades diferentes	1,13 %
Empleados activos a 31/12/2025	1505

Promedio de remuneración por categoría, franja de edad y sexo (2025)

	Número de empleados	Total remuneraciones	Remuneración media
Directivos hombres	4,00	512477,46	128119,37
Mandos Hombres	44,31	2 053 240,57	46 337,04
Empleados hombres	66,94	1 589 749,14	23 749,93
Directivos mujeres	2,00	268 022,51	134 011,26
Mandos Mujeres	85,79	3 310 348,19	38 587,54
Empleados mujeres	648,72	14 874 283,50	22 928,59
Total remuneración hombres	115,25	4 155 467,17	36 056,74
Total remuneración mujeres	736,51	18 452 654,20	25 054,18

	Número de empleados	Total remuneraciones	Remuneración media
Directivos hombres	-	-	-
Directivos hombres	-	-	-
Directivos Hombres 36-55	4,00	512 477,46	128 119,37
Directivos Hombres >55	-	-	-
Mandos Hombres	-	-	-
Mandos Hombres 25-35	11,21	414 574,25	36 992,44
Mandos Hombres 36-55	31,47	1 535 828,56	48 807,59
Mandos Hombres >55	1,64	102 837,76	62 859,27
Empleados hombres	11,73	296 814,00	25 305,99
Empleados Hombres 25-35	29,17	702 590,66	24 089,37
Empleados Hombres 36-55	24,37	560 421,22	22 995,41
Empleados Hombres >55	1,67	29 923,26	17 907,40
	Número de empleados	Total remuneraciones	Remuneración media
Directivos mujeres	-	-	-
Directivos mujeres 25-35	-	-	-
Directivos mujeres 36-55	2,00	268 022,51	134 011,26
Directivos mujeres >55	-	-	-

Mandos Mujeres	0,37	8 901,79	23 929,54
Mandos mujeres 25-35	28,69	999 433,92	34 839,26
Mandos mujeres 36-55	56,73	2 302 012,48	40 579,83
Mandos mujeres >55	-	-	-
Empleados mujeres	110,53	2 628 307,60	23 778,70
Empleados mujeres 25-35	217,99	5 071 495,81	23 264,70
Empleados mujeres 36-55	305,33	6 832 465,97	22 377,02
Empleados mujeres >55	14,86	342 014,12	23 009,56

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.

Contacto de prensa

MCD_Motor Agence Mot Compte Double

Alexandra Breyne

abreyne@motcomptedouble.fr
06 30 81 90 17

France Thebault

fthebault@motcomptedouble.fr
06 78 65 93 34

5.

Anexos

Metodología y definiciones

Preámbulo

Con respecto al proceso de recopilación y consolidación de la información que constituye esta declaración de información ASG, es la dirección de información no financiera la que centraliza toda la información cualitativa (es decir, la narrativa) y cuantitativa. Son principalmente las direcciones operativas, como la dirección de transición medioambiental y la dirección de recursos humanos, las que se encargan de calcular la mayoría de estos datos.

En cuanto a las comprobaciones realizadas, depende de la naturaleza de los datos en cuestión. Por ejemplo, puede tratarse de comprobaciones de coherencia con respecto al año anterior o de cuadros con los datos de gestión o contabilidad.

Los detalles relacionados con el alcance y las modalidades de organización de esta declaración de información ASG se especifican en un protocolo redactado por la dirección de información no financiera de Kiabi titulado «Informe ASG anual: modus operandi (versión 1 a 31 de diciembre de 2025)» y se comparten con los referentes internos correspondientes. Los elementos clave de este protocolo, como las hipótesis y estimaciones, se describen en esta nota metodológica. El documento está disponible previa solicitud por escrito a la siguiente dirección: laetitia.lafourcade@kiabi.com

1. Contexto

El grupo Kiabi, afectado inicialmente por la Directiva sobre información corporativa en materia de sostenibilidad (CSRD, por sus siglas en inglés), la directiva de UE 2022/2464 de 14 de diciembre de 2022, antes de la promulgación de la ley n.º 2025-391 de 30 de abril de 2025, conocida como «DDADUE», finalmente estará sujeto a la obligación de elaborar un informe de sostenibilidad solo a partir del ejercicio financiero que comenzará el 1 de enero de 2027 y que verá la luz, por lo tanto, en 2028.

En este contexto, el grupo Kiabi ha optado por mantener sus requisitos anteriores y publicar voluntariamente una declaración de información en materia de ASG, elaborada de acuerdo con sus propias directrices y que

se titula en francés « Reporting ESG annuel – modus operandi (version 1 au 31/12/2025) » («Informe ASG anual: modus operandi (versión 1 a 31 de diciembre de 2025)»), disponible previa solicitud en la sede de Bunsha International. Los elementos clave de estas directrices se presentan a continuación.

Además, el grupo Kiabi planea incorporar gradualmente la información exigida por la CSRD en su declaración de información ASG para transformarla en un informe de sostenibilidad de acuerdo con los estándares ESRS. Por lo tanto, para el ejercicio financiero finalizado el 31 de diciembre de 2025, la información proporcionada no constituye información en materia de sostenibilidad de conformidad con el artículo L. 233-28-4 del Código de Comercio.

2. 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 2025.

→ Los datos relativos a las colecciones de verano e invierno del año de referencia N corresponden a las campañas de compra necesarias para crear las colecciones de verano e invierno del año N.

Por ejemplo, la información sobre los tonelajes de los materiales utilizados para las colecciones de verano e invierno de 2025 corresponde a las campañas de compra realizadas en 2024 y 2025 para crear las colecciones de verano e invierno de 2025 comercializadas entre 2024 (semana 44) y 2026 (semana 17).

La presente declaración de información ASG 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.

3. Modelo de negocio / Definiciones

Partes interesadas: debe entenderse como proveedores, subcontratistas, proveedores de servicios, clientes, franquiciados, afiliados, agentes, asociaciones y empleados del Grupo Kiabi.

Empleados: debe entenderse como 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»).

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.).

4. Estrategia y gobernanza / Definición

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.

5. Medioambiente

5.1 Definiciones

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.

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.

Huella de carbono: los alcances 1-2-3 cubren: (fuente I Care by BearingPoint, adaptado de GHG Protocol)

FIBRAS TEXTILES

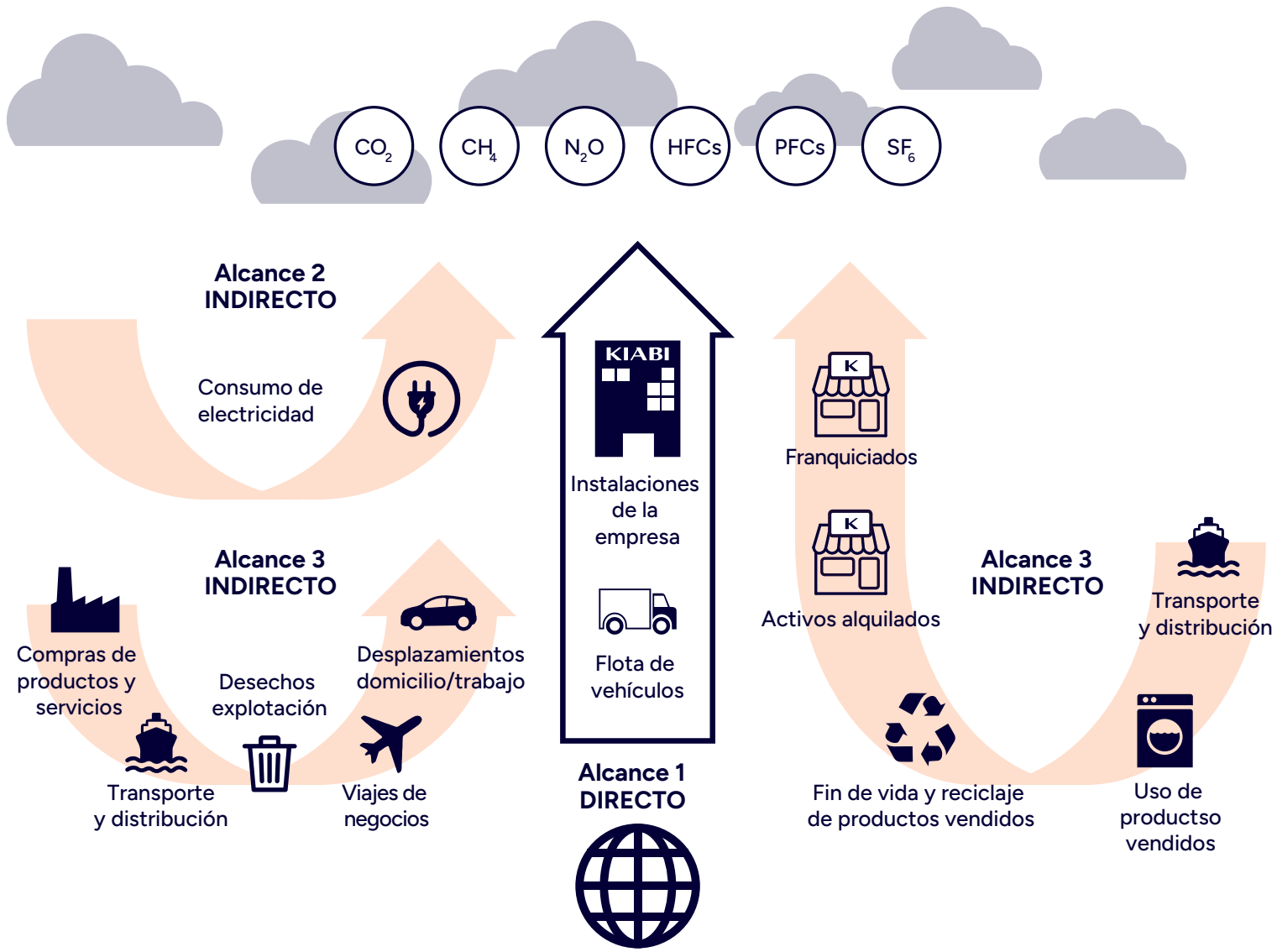
Fibra: materia prima bruta procedente de la agricultura (vegetal, animal), de la transformación de productos petrolíferos (sintéticos) o de la transformación química de la celulosa de la madera (artificial).

Fibras naturales

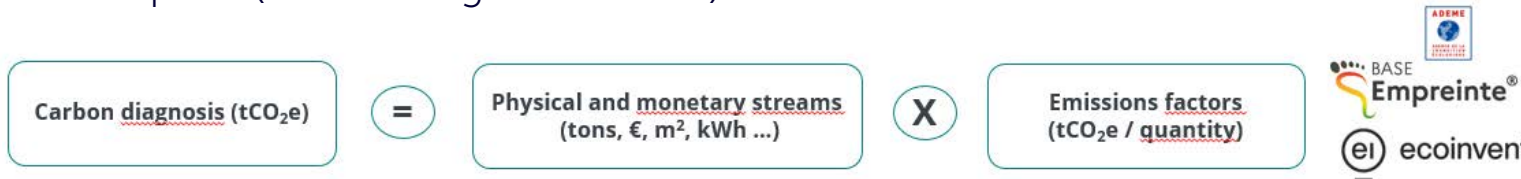
→ A continuación se enumeran **las fibras vegetales** que existen en su estado natural:

- **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



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



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 del algodón.

Algodón USCTP: El U.S. Cotton Trust Protocol es un programa voluntario de sostenibilidad que garantiza una producción más responsable a través de objetivos medibles y una mayor transparencia en la cadena de suministro.

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, yute, cáñamo: utilizados en Kiabi.**

Las fibras animales no se incluyen aquí porque no se utilizan en Kiabi (excepto la lana, que representa el 0,26 %, y el cuero, que representa el 0,07 % 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.

→ **Las 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.

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 a la piedra: 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.

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.

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 basada en la idea de que todo es desechable a un modelo económico circular». (Ministerio de Transición Ecológica y Cohesión Territorial)

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).

Modelo de economía circular

Gestión duradera de recursos
(extracción, explotación razonada)



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.

5.2 Indicadores

INDICADORES DE CARBONO

Emisiones de carbono

El cálculo de nuestra huella de carbono se lleva a cabo según la metodología del GHG Protocol, que se basa principalmente en datos

de actividad reales. Por ejemplo, los productos comprados y vendidos representan casi el 80 % de esta huella. El uso de estos datos precisos, que proceden directamente de nuestra actividad, nos permite limitar el uso de datos medios y, por lo tanto, reducir significativamente las incertidumbres de cálculo. La incertidumbre asociada al uso de factores de emisión medios se reduce drásticamente a medida que el cálculo se afina descomponiendo estos factores mediante datos de nuestra propia cadena de valor.

Definición: medición de las emisiones de gases de efecto invernadero del grupo Bunsha International para los alcances 1, 2 y 3 en valores absolutos calculados en teqCO_2 .

Alcance: el grupo Bunsha International (es decir, las actividades minoristas de Kiabi en todo el mundo y su empresa inmobiliaria Etixia).

Principales hipótesis adoptadas en caso de ausencia de datos o datos parciales:

→ Residuos, desplazamientos profesionales y alcance 1 y 2: en caso de que no contar con datos reales, estos se han extrapolado en función del equivalente a jornada completa y los datos de años anteriores.

→ Logística: Para cubrir la totalidad de nuestros flujos, hemos añadido un margen del 3 % para incluir las piezas recibidas directamente sin pasar por los canales de importación tradicionales.

→ Fabricación de productos comprados: El impacto de las emisiones de carbono de la fabricación de productos incluye: el impacto de los materiales, el impacto de los procesos industriales que permiten llegar al producto final, el impacto de los restos de producción. Se asigna una serie de procesos industriales a cada producto según el tipo de producto (punto, tejido, calzado, accesorios, etc.) y el tipo de material (algodón, poliéster, etc.). Los factores de emisión de cada proceso se afinan según el país de fabricación (combinación de energía eléctrica del país) y los datos de las fábricas (distribución del consumo de electricidad frente a otras energías, porcentaje de la electricidad renovable).

→ Uso de los productos vendidos: para estimar el impacto del lavado,

secado y planchado, utilizamos las normas oficiales europeas (método PEF), adaptadas a la nomenclatura de Kiabi. Esto nos permite aplicar escenarios de uso más realistas.

→ Fin de la vida útil de los productos vendidos: para saber qué ocurre con los productos al final de su vida útil, nos basamos en los datos de la Comisión Europea, que nos indican cómo se tratan los artículos textiles (vertederos, incineración, etc.) en cada país en el que estamos presentes.

→ Desplazamientos de visitantes: para evaluar el impacto de los desplazamientos de los visitantes de nuestros establecimientos, proyectamos los hábitos de transporte (distancias recorridas, combinación de medios de transporte: automóvil, transporte público, a pie, etc.) por área geográfica principal (Europa/América Latina y Asia/África/Oriente Medio) sobre la base de la encuesta realizada a los clientes de las tiendas propias.

Cambios en la metodología:

En 2025, se realizaron los siguientes cambios en la metodología y el alcance:

Sobre la fabricación de los productos:

→ Se añadió un nuevo nivel de detalle en la combinación de materiales para valorar los materiales reciclados (elastano reciclado, lana reciclada, viscosa reciclada).

→ Se actualizaron los factores de emisión de materiales (algodón USCTP, algodón en conversión).

→ Se actualizaron los factores de emisión de los procesos:

- Determinación de los factores de emisión de la electricidad por país.
- Integración de los datos de índices de electricidad renovable por país y por proceso (mayor grado de detalle).
- Determinación de la parte correspondiente a la electricidad (frente a otras energías) en el mix energético por país y por proceso.

→ Se añadieron las emisiones relacionadas con los procesos de planchado en todos los productos textiles y de lavado a la piedra en los productos textiles que no sean tela vaquera.

Sobre las compras no comerciales:

- Se actualizó el método para contabilizar los importes de compras no comerciales.
- Se actualizaron los factores de emisión monetarios.

Sobre los activos fijos:

- Se añadieron los importes de los activos fijos de Etixia (excluyendo los m² construidos y renovados).
- Se actualizaron los factores de emisión monetarios.

Sobre el transporte a las tiendas:

- Se actualizaron los factores de emisión de biocombustibles.

Sobre las franquicias:

- Se añadieron emisiones asociadas a las tiendas afiliadas.

Sobre los desplazamientos de clientes y visitantes:

- Se realizó una nueva encuesta a los visitantes de 2025:
- Actualización de las hipótesis sobre las combinaciones de medios de transporte, las distancias recorridas y el número de tiendas visitadas por desplazamiento.
- Valoración de los desplazamientos realizados en vehículos eléctricos e híbridos (anteriormente incluidos en los desplazamientos con vehículos de combustión).
- Se añadieron los desplazamientos de los clientes a los puntos de recogida en función del número de pedidos.
- Se actualizaron los factores de emisión.

Se han realizado estos cambios en la metodología para afinar el cálculo de la huella de carbono de Kiabi, con el objetivo de reflejar mejor la realidad de las actividades. El cálculo de la huella siempre se realiza de conformidad con el estándar del GHG Protocol.

Porcentaje de reducción de las emisiones de carbono de alcance 1/2/3 en términos absolutos desde 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 CO2 en comparación con el año de referencia (2022).

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

Hipótesis principales: (consulte las hipótesis en la sección «Emisiones de carbono» anterior). Las emisiones de carbono calculadas en 2022 no tienen en cuenta los cambios metodológicos y de alcance presentados anteriormente y utilizados para calcular las emisiones de carbono desde 2025. En este momento, no conocemos el impacto que esto tiene en el porcentaje de reducción del -4,7 % registrado entre estos dos años.

Además, se han llevado a cabo cambios metodológicos destinados a afinar la cuantificación de las emisiones de carbono del grupo.

Con una metodología comparable (enfoque 2025 aplicado según la antigua metodología ISO), las emisiones de carbono de 2025 se redujeron un 1,3 % en comparación con 2022. A título informativo, la aplicación de la nueva metodología de 2025 a las emisiones de carbono en comparación con las de 2022 (metodología anterior) conduce a una variación no comparable del -4,7 %.

Emisiones de carbono alcance 1/2/3 en términos de intensidad del volumen de negocios

Definición: intensidad de carbono del volumen de negocios.

Fórmula para calcular la intensidad de carbono del volumen de negocios:

Emisiones de carbono alcance 1/2/3 en valor absoluto en el año N / Volumen de negocios total del grupo KIABI en el año N.

INDICADORES DE AGUA

Consumo neto de agua dulce

Definición: el consumo neto de agua dulce cuantifica el volumen de agua utilizado y no restituido al medio acuático por el conjunto de actividades de Kiabi. Se indica en m³.

Alcance: el grupo Bunsha International (es decir, las actividades minoristas de

Kiabi en todo el mundo y su empresa inmobiliaria Etixia).

Hipótesis / estimaciones: los datos utilizados para el balance del consumo neto de agua dulce son los mismos datos de actividad que los del balance de carbono.

Las actualizaciones aplicadas a este indicador son las siguientes:

Sobre la fabricación de los productos:

- Se añadió un nuevo nivel de detalle en la combinación de materiales para valorar los materiales reciclados (elastano reciclado, lana reciclada, viscosa reciclada).
- Se añadió el consumo relacionado con el proceso de lavado a la piedra en los productos textiles que no sean de tela vaquera.

Sobre los desplazamientos de clientes y visitantes:

- Se realizó una nueva encuesta a los visitantes de 2025:
- Actualización de las hipótesis sobre las combinaciones de medios de transporte, las distancias recorridas y el número de tiendas visitadas por desplazamiento.
- Valoración de los desplazamientos realizados en vehículos eléctricos e híbridos (anteriormente incluidos en los desplazamientos con vehículos de combustión).
- Se añadieron los desplazamientos de los clientes a los puntos de recogida en función del número de pedidos.

INDICADOR SUELOS

Definición: el indicador suelos mide el uso del suelo asociado a la actividad de Kiabi en un año determinado y en toda la cadena de valor. Se expresa en m²/año.

Alcance: el grupo Bunsha International (es decir, las actividades minoristas de Kiabi en todo el mundo y su empresa inmobiliaria Etixia).

Hipótesis / estimaciones: los datos utilizados para el balance del consumo neto de agua dulce son los mismos datos de actividad que los del balance de carbono.

Las actualizaciones aplicadas a este indicador son las siguientes:

Sobre la fabricación de los productos:

- Se añadió un nuevo nivel de detalle en la combinación de materiales para valorar los materiales reciclados (elastano reciclado, lana reciclada, viscosa reciclada).
- Se añadió el consumo relacionado con el proceso de lavado a la piedra en los productos textiles que no sean de tela vaquera.

Sobre los desplazamientos de clientes y visitantes:

- Se realizó una nueva encuesta a los visitantes de 2025:
- Actualización de las hipótesis sobre las combinaciones de medios de transporte, las distancias recorridas y el número de tiendas visitadas por desplazamiento.
- Valoración de los desplazamientos realizados en vehículos eléctricos e híbridos (anteriormente incluidos en los desplazamientos con vehículos de combustión).
- Se añadieron los desplazamientos de los clientes a los puntos de recogida en función del número de pedidos.

INDICADOR SUELOS

Definición: el indicador suelos mide el uso del suelo asociado a la actividad de Kiabi en un año determinado y en toda la cadena de valor. Se expresa en m²/año.

Alcance: el grupo Bunsha International (es decir, las actividades minoristas de Kiabi en todo el mundo y su empresa inmobiliaria Etixia).

Hipótesis / estimaciones: los datos utilizados para el balance del consumo neto de agua dulce son los mismos datos de actividad que los del balance de carbono.

Las actualizaciones aplicadas a este indicador son las siguientes:

Sobre la fabricación de los productos:

- Se añadió un nuevo nivel de detalle en la combinación de materiales

para valorar los materiales reciclados (elastano reciclado, lana reciclada, viscosa reciclada).

- Se añadió el consumo relacionado con el proceso de lavado a la piedra en los productos textiles que no sean de tela vaquera.

Sobre los desplazamientos de clientes y visitantes:

- Se realizó una nueva encuesta a los visitantes de 2025:
- Actualización de las hipótesis sobre las combinaciones de medios de transporte, las distancias recorridas y el número de tiendas visitadas por desplazamiento.
- Inclusión de los desplazamientos realizados en vehículos eléctricos e híbridos (anteriormente incluidos en los desplazamientos con vehículos de combustión).
- Se añadieron los desplazamientos de los clientes a los puntos de recogida en función del número de pedidos.

**INDICADORES DE ECODISEÑO
(PRODUCTOS CON UN IMPACTO MEDIOAMBIENTAL REDUCIDO)**

Alcance de todos los indicadores:

- Campañas de compra para las colecciones de VERANO N e INVIERNO N.
- Cantidades pedidas.
- Cuando se superponen diferentes materiales, utilizamos solo el material de la capa superior en nuestro análisis.
- Exclusiones: productos defectuosos identificados durante los controles de calidad de fábrica que, por lo tanto, KIABI no compra.

• 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.

Puntuación del esfuerzo en materiales

Definición: medir el uso de materiales con un impacto ambiental reducido y materiales reciclados en el tonelaje de productos terminados comprados.

Fórmulas de cálculo: (tonelaje de productos terminados comprados que utilizan un material principal con un impacto ambiental reducido x 40 % + tonelaje de productos terminados comprados que utilizan un material principal reciclado x 60 %) / tonelaje total de productos terminados comprados.

Alcance:

- Todos los materiales de los productos comprados (artículos textiles, accesorios, zapatos).
- Cantidades y listas de productos de los pedidos de las colecciones verano 2025 e invierno 2025.

Hipótesis / estimaciones:

- Se tiene en cuenta la composición correspondiente a la capa superior del primer elemento referenciado; en el caso del calzado, se trata de la composición de la suela.
- Peso adoptado, que incluye el peso del embalaje del producto y está ponderado por los pedidos según la talla.
- Si falta el peso en el año N, se recupera el peso del año N-1 y, en su defecto, el peso medio de la clase, del departamento, del mercado, del grupo o del total de la empresa.
- No se incluyen los restos que se originan durante la producción del material o durante la fase de corte.

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.

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, sitio web Beebs, Kidkanai) sobre el total de cantidades vendidas del grupo.

Fórmula de cálculo: cantidades totales vendidas de 2.º mano (córners, sitio web Beebs, Kidkanai) / cantidades totales vendidas por el grupo, ya sea a través de nuestras tiendas propias, afiliadas, franquiciadas, tiendas shop in shop o a través de internet (sitios web y marketplace), que incluyen las cantidades vendidas de 2.º mano (córners, sitio web Beebs, Kidkanai).

Alcance:

- Córners de 2.º mano en todos los países.
- Sitio web de Beebs.
- Kidkanai, incluidas las piezas de ropa vendidas en venta (C2C).

Porcentaje del volumen de negocios con un impacto menor

Definición: volumen de negocios con un impacto menor que mide nuestra capacidad para modificar el modelo Kiabi en torno a nuestras dos palancas clave de transformación medioambiental:

- El volumen de negocios generado con productos de segunda mano.
- El volumen de negocios generado por nuestros servicios: «En familia», personalización, actividades de retail media

Alcance: facturación obtenida 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).

- Volumen de negocios de productos de segunda mano de nuestros córners, Beebs y nuestra concept store Kidkanai.
- Volumen de negocios derivado de nuestro programa de fidelización «En familia», los servicios de personalización y nuestras actividades de retail media.

6. Plano social y comunitario

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.

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 desempeño 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.

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.

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.

% de empleados accionistas

Definición: proporción de los empleados accionistas en relación con

todos los empleados de los países en los que pueden ser accionistas.

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 + 31/12 meses de antigüedad a 31/12 del año de referencia N (X puede variar de un país a otro).

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 de salidas en el año N + número de contrataciones en el año N) / 2) / 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 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.

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, incluidos los participantes en programas de formación en alternancia presentes a 31/12 del año N).

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. Todos los países en los que opera Kiabi.

Porcentaje de mujeres en el TOP 100

Definición: El TOP 100 está compuesto por todas las personas que forman parte de los «colead» de Kiabi. Los colead, o comités de responsables, corresponden más tradicionalmente a los comités de dirección de la empresa y, por lo tanto, incluyen a todos los directivos de Kiabi.

Fórmula de cálculo: número de mujeres responsables directivas / número total de responsables directivos.

Alcance: todos los países.

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 económicamente.

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

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 el año N. 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 N.

- 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 Todos los países de Kiabi.

Proporción de empleados de KIABI que han recibido formación (excluyendo la formación obligatoria)

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, independientemente de su duración

Alcance: Contratos indefinidos, temporales, programas de formación en alternancia. Quedan excluidos los becarios Todos los países de Kiabi.

INDICADORES DE INSERCIÓN LABORAL

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

Definición: Número de personas que han accedido 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 2021.

INDICADORES DE CUMPLIMIENTO SOCIAL

Quedan excluidos del alcance de las auditorías sociales y medioambientales de 2025:

- 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. Las auditorías permiten emitir una puntuación entre A y E 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 acuerdo con las normas sociales y normativas internacionales (calificaciones A y 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.
Fórmula: número de fábricas de los niveles 1 y 2 auditadas desde el punto de vista social y que han obtenido una calificación de A o B / número total de fábricas de los niveles 1 y 2

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

Fórmula: número de fábricas nuevas de nivel 1 auditadas desde el punto de vista social y que han obtenido una calificación de A o B / número total de fábricas nuevas del 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 y que mejoraron la calificación en un plazo de 6 meses.

Alcance: Solo para fábricas de nivel 1 existentes.

Fórmula: número de fábricas que obtuvieron una calificación E en una auditoría social y obtuvieron una mejor puntuación en un plazo de 6

meses / número de fábricas que obtuvieron una calificación E en una auditoría social.

INDICADORES DE SATISFACCIÓN Y SEGURIDAD DEL CLIENTE

Net Promoter Score (NPS)

Definición: 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.

Fórmula: varias preguntas formuladas mediante una encuesta a los clientes sobre la experiencia en la tienda y una pregunta común: «¿Recomendarías KIABI a tu entorno?». Los encuestados deben asignar una puntuación de 0 a 10, lo que permite segmentar posteriormente la base de clientes en tres grandes categorías: detractores (puntuación de 0 a 6), pasivos (puntuación de 7 u 8) y promotores (puntuación de 9 o 10). NPS =% de promotores —% de detractores

Alcance: el NPS tiene en cuenta a los encuestados de todos los países de base (Francia, España, Portugal, Italia, Bélgica), así como de las áreas geográficas cubiertas por la entidad jurídica KID (Kiabi International Development).

Analizamos dos tipos de experiencias del cliente:

- Experiencia en la tienda: mediante cuestionarios enviados por correo electrónico después de que el cliente haya realizado una compra y mediante códigos QR presentes en la tienda;
- Experiencia en el sitio web: el cliente puede responder libremente al cuestionario, una vez realizado el pedido, en la página de confirmación del pedido y mediante un cuestionario que recibe por correo electrónico, una vez entregado el paquete, sobre su experiencia de entrega.

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)

5.

Anexos

Informe de aseguramiento

Bunsha International

Informe de aseguramiento limitado de uno de los auditores sobre una selección de información en materia ASG



Informe de aseguramiento limitado de uno de los auditores sobre una selección de información en materia ASG

A la dirección general de Bunsha International
4 A rue du Moulin de Lezennes
59260 Lezennes

Como auditores de su compañía, hemos realizado una serie de trabajos con el objetivo de formular una conclusión de aseguramiento limitado sobre una selección de información en materia de ASG consolidada determinada y preparada voluntariamente por Bunsha International (en adelante «la Entidad»), de acuerdo con sus directrices internas tituladas «Reporting ESG annuel – modus operandi (version 1 au 31/12/2025)» («Informe ASG anual: *modus operandi* (versión 1 a 31 de diciembre de 2025)») (en adelante «las Directrices»), para el ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2025 (en adelante la «Información»), presentada a continuación e incluida en la «Declaración de información en materia ASG 2025» (en adelante el «Informe RSC»):

KPI 1: Reducción de emisiones de carbono desde 2022 (KtCO₂eq)
KPI 2: Consumo neto de agua dulce
KPI 3: Puntuación del esfuerzo en materiales
KPI 4: Proporción de productos de segunda mano de la totalidad de artículos vendidos por KIABI
KPI 5: Porcentaje del volumen de negocios con un impacto menor
KPI 6: Proporción de empleados accionistas KPI 7: GPTW® Trust Index
KPI 8: Proporción de mujeres en el Top 100
KPI 9: Proporción de empleados de KIABI que han recibido formación (excluyendo la formación obligatoria)
KPI 10: Número de personas que han entrado en nuestros programas de inserción laboral
KPI 11: Porcentaje de fábricas auditadas y evaluadas de acuerdo con las normas sociales y normativas internacionales (A+B)
KPI 12: Net Promoter Score (NPS)
KPI 13: Índice de cumplimiento en ciberseguridad «expuesto» (índice Bitsight)

Nuestra intervención no cubre información relacionada con periodos anteriores, ni toda la información presentada en el Informe RSC, salvo la que es objeto de nuestro informe.

Conclusión de aseguramiento limitado

Sobre la base del trabajo que hemos realizado, tal y como se describe en la sección «Naturaleza y alcance del trabajo», y la información que hemos recopilado, no hemos encontrado ninguna declaración errónea significativa que ponga en duda el hecho de que la Información ha sido preparada, en todos los aspectos materiales, de acuerdo con las Directrices.

PricewaterhouseCoopers Audit, SAS,
Bâtiment Shake 612 rue de la Chaude Rivière 59000 Lille
Teléfono: +33 (0)3 20 12 49 00

Observación

Sin cuestionar la conclusión expresada anteriormente, llamamos su atención sobre el párrafo «1. Contexto» de la sección «Metodología y definiciones» en el anexo del Informe RSC, que especifica que la Información ha sido preparada voluntariamente por Bunsha International conforme a las Directrices y que, por lo tanto, no se considera información sobre sostenibilidad preparada conforme a las disposiciones del artículo L. 233-28-4 del código de comercio, incluidos los estándares ESRS.

Preparación de la Información

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 con las de otras entidades y a lo largo del tiempo.

Por lo tanto, la Información debe leerse y entenderse con referencia a las Directrices disponibles previa solicitud a la sede social de la Entidad. Sus elementos significativos se presentan en la sección «Metodología y definiciones» del anexo del Informe RSC.

Límites inherentes a la elaboración de la Información

La Información puede estar sujeta a una incertidumbre inherente al estado de los conocimientos científicos y a la calidad de los datos externos utilizados. Cierta información es sensible a las decisiones metodológicas, hipótesis o estimaciones utilizadas para su elaboración.

En particular, la cuantificación de los gases de efecto invernadero está sujeta a una incertidumbre inherente debido a los conocimientos científicos incompletos utilizados para determinar los factores de emisión y los valores necesarios para combinar las emisiones de diferentes gases.

Responsabilidad de la Entidad

La Información ha sido preparada bajo la responsabilidad de la Dirección, y a ella le corresponde:

- seleccionar o establecer criterios apropiados para la elaboración de la Información (es decir, las Directrices);
- preparar la Información aplicando las Directrices; y
- diseñar, establecer y mantener un dispositivo de 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.

Responsabilidad del auditor externo

Es nuestra responsabilidad:

- planificar y llevar a cabo los trabajos para obtener un aseguramiento limitado de que se ha preparado la Información, en todos los aspectos significativos, de acuerdo con las Directrices y de que no contiene declaraciones incorrectas materiales, ya sea por fraude o error;

- formular una conclusión independiente basada en el trabajo realizado y en la evidencia que hemos recopilado;
- comunicar nuestra conclusión a la Dirección de la entidad.

Dado que a nosotros nos corresponde formular una conclusión independiente sobre la Información elaborada por la dirección, no podemos intervenir en la elaboración de dicha Información, ya que ello podría poner en riesgo nuestra independencia.

Doctrina profesional y estándares aplicados

Nuestro trabajo descrito a continuación se ha llevado a cabo conforme a la doctrina profesional de la *Compagnie nationale des commissaires aux comptes* (compañía nacional de auditores de cuentas, CNCC) en relación con esta intervención y con la norma internacional ISAE 3000 (revisada) *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* publicada por la IAASB (International Auditing and Assurance Standards Board).

No constituyen una auditoría ni un examen limitado en el sentido de los estándares de la práctica profesional (NEP, por sus siglas en francés) aplicables en Francia. Tampoco constituyen certificación conforme a las directrices de la *Haute Autorité de l'Audit* (autoridad nacional de auditoría de Francia, H2A).

Independencia y gestión de la calidad

Nuestra independencia está definida por las disposiciones del código de comercio, del código deontológico de la profesión de auditor de cuentas y del código ético de IESBA (*Código Internacional de Ética para Contables Profesionales (incluidas las Normas de Independencia)*). Esto se basa en el respeto a los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional y diligencia, respeto a la confidencialidad y comportamiento profesional.

Además, aplicamos la norma *International Standard on Quality Management 1* que requiere el diseño, implantación y mantenimiento de un sistema de gestión de la calidad, que incluya políticas y procedimientos para garantizar el cumplimiento de las normas deontológicas, estándares profesionales, leyes y reglamentos aplicables, así como de la doctrina profesional de la *Compagnie nationale des commissaires aux comptes* (CNCC) en relación con esta intervención.

Naturaleza y alcance de los trabajos

Hemos planificado y efectuado nuestros trabajos, descritos a continuación, teniendo en cuenta el riesgo de errores significativos sobre la Información. Como parte de nuestro servicio de aseguramiento limitado y basándonos en nuestro juicio profesional:

- hemos conocido la Entidad, su entorno, incluyendo los elementos de control interno relevantes para la preparación de la Información;
- hemos valorado el carácter apropiado de las Directrices en términos de pertinencia, exhaustividad, fiabilidad, neutralidad y carácter comprensible, teniendo en cuenta, en su caso, las buenas prácticas del sector;
- hemos conocido los procedimientos de control interno establecidos por la Entidad para asegurar que la Información cumple con lo establecido en las Directrices;
- hemos evaluado si los métodos utilizados por la Entidad para preparar la Información son apropiados en relación con las Directrices;

- hemos comprobado que la Información ha sido determinada dentro de todo el alcance indicado en las Directrices;
- En relación con la Información sujeta a nuestros procedimientos:
 - hemos realizado pruebas de detalle basadas en sondeos u otros medios de selección, consistentes en verificar la correcta aplicación de los métodos de cálculo e hipótesis descritos en las Directrices y en cotejar los datos subyacentes de los documentos justificativos;
 - para las estimaciones, en una entrevista con la dirección, hemos conocido el método de cálculo de los datos estimados. Hemos evaluado la idoneidad y la correcta aplicación de este método, así como la idoneidad de las fuentes de información utilizadas;
- hemos evaluado la consistencia general de la Información de acuerdo con nuestros conocimientos de la Entidad.

Creemos que las pruebas que hemos recopilado son suficientes y adecuadas para llegar a nuestra conclusión.

Los procedimientos aplicados en el marco de una misión de aseguramiento limitado son menos amplios que los exigidos para un aseguramiento razonable efectuado según la doctrina profesional de la *Compagnie nationale des commissaires aux comptes*, así como según la norma internacional ISAE 3000 (revisada); un aseguramiento de nivel superior habría requerido trabajos de verificación más amplios.

Realizado en Neuilly-sur-Seine, a 29 de abril de 2026

Uno de los auditores de cuentas

PricewaterhouseCoopers Audit



Nicolas Wilfart

→ Consulte la declaración de información ASG de KIABI 2025 en su versión resumida



Persona de contacto para información ASG de KIABI

Laetitia Lafourcade - laetitia.lafourcade@kiabi.com

Diseño editorial

INSPIRE - Marie Chaillou - mariechaillou@inspire-transition.com

Diseño gráfico

LIKE A FREE - Eric Deregnaucourt - eric@likeafree.fr



kiabi.com