Impact update 2026

Jaarlijkse reflectie en resultaten in opvolging van het Ghana Charter

Naam bedrijf: Xandres

Datum indiening: 26/10/2026
Contactpersoon: Clio Gydé, Sustainability Manager, clio.gyde@xandres.be
Website: Exclusieve Dameskleding - Damesmode Online | Xandres Store

1. Algemene reflectie

Geef een korte samenvatting van de prioriteiten en de algemene vooruitgang het afgelopen jaar in lijn met het charter.

Het voorbije jaar heeft Xandres verder ingezet op twee belangrijke pijlers: **onze toeleveringsketen** en **de verlenging van de levensduur van onze kleding**.

Binnen onze **supply chain** hebben we stappen gezet richting meer **traceerbaarheid** en **verantwoord ketenbeheer**. We breidden ons auditbeleid verder uit (momenteel komt meer dan 89% van onze kleding uit audited factories, tegen juli 2027 moet dat 99% zijn) en versterkten de samenwerking met onze leveranciers om samen betere prestaties te leveren op het vlak van duurzaamheid.

Daarnaast hebben we veel aandacht besteed aan **levensduurverlenging** — een kernonderdeel van onze duurzaamheidsstrategie. We hebben verder geïnvesteerd in het verankeren van onze kwaliteitsstandaarden, het bestendigen van onze visie rond levenlang gratis herstel en in het ontwikkelen van **circulaire businessmodellen** die de actieve levensduur van onze kledingstukken verlengen.

Deze inspanningen weerspiegelen onze overtuiging dat duurzaamheid begint bij kwaliteit, transparantie en samenwerking — waarden die we stap voor stap blijven verdiepen binnen het merk Xandres.

2. Upstream Due Diligence

Het charter voorziet acties en maatregelen om eerlijke en duurzame praktijken na te streven in de toeleveringsketen. Beschrijf hier welke stappen er het afgelopen jaar gezet zijn op vlak van transparantie en traceerbaarheid, respect voor de mensenrechten, duurzaam grondstoffengebruik en milieubeheer, ondersteuning & samenwerking met leveranciers en consumententransparantie (upstream).

1. **Transparantie en traceerbaarheid**

Om de **traceerbaarheid** binnen onze toeleveringsketen te verbeteren, werken we sinds een jaar samen met **Tex.tracer**. Inmiddels zijn al onze tier 1-leveranciers actief op het platform en bouwen we de traceerbaarheid stapsgewijs verder uit. Zo hebben we vandaag al 92% van onze tier 2-leveranciers, 28% van tier 3 en 20% van tier 4 in kaart gebracht. Hierdoor krijgen we **steeds beter inzicht in de herkomst van onze producten** en kunnen we de impact en risico's binnen onze toeleveringsketen gerichter opvolgen.

2. **Respect voor mensenrechten**

We volgen onze leveranciers actief op via **sociale audits**. Waar we voorheen streefden naar 80% geauditeerd aankoopvolume, hebben we onze ambitie inmiddels verhoogd naar 99% tegen juli 2027. Deze audits helpen ons niet alleen om sociale risico's binnen onze toeleveringsketen te beperken, maar vormen ook een belangrijke basis om samen met onze leveranciers gerichte verbeteringen door te voeren aan de hand van hun **Corrective Action Plans.**
Het afgelopen jaar bereikten we 89% geauditeerd aankoopvolume. Dat we onze doelstelling nog niet haalden, is te verklaren door twee specifieke omstandigheden. Enerzijds werd de audit van een leverancier niet verlengd omdat de samenwerking werd stopgezet. Anderzijds vond een geplande audit slechts één week na het einde van de rapporteringsperiode plaats, waardoor deze niet kon worden meegerekend.
Beide situaties zijn van tijdelijke of administratieve aard en wijzen niet op structurele tekortkomingen in onze auditopvolging. We blijven dan ook op koers om onze doelstelling van 99% tegen juli 2027 te behalen.

3. **Duurzaam grondstoffengebruik en milieubeheer**

Om bewustere en beter onderbouwde materiaalkeuzes te maken, gebruiken we onze **Materiaalmatrix**. Deze tool kent duurzaamheidsscores toe aan verschillende grondstoffen en gecertificeerde materialen met een lagere milieu-impact, en helpt ons zo om onze materiaalkeuzes gericht te verduurzamen.
Het afgelopen jaar hebben we onze inspanningen verdergezet en de gemiddelde materiaalscore opnieuw weten te verlagen. We zijn dan ook bijzonder trots dat we dit jaar voor het eerst zowel voor de Spring/Summer- als de Fall/Winter-collectie onze **doelstelling van 3 hebben behaald.** Een mooie mijlpaal die bevestigt dat onze inspanningen hun vruchten afwerpen.

4. **Ondersteuning & samenwerking met leveranciers**

We werken verder met ons **leveranciersbeoordelingssysteem,** waarin duurzaamheid een **belangrijke weging** krijgt.
De verdeling binnen de evaluatie is als volgt: duurzaamheid 35%, kwaliteit 35%, productuitvoering 20% en levering 10%.
Op basis van deze evaluaties gaan we in gesprek met onze leveranciers over hun duurzaamheidsresultaten. Zo stimuleren we een **open dialoog en continue verbetering**.

5. **Consumententransparantie (upstream)**

Om consumenten inzicht te geven in onze duurzaamheidsinspanningen en de vooruitgang die we boeken, publiceren we **tweejaarlijks een duurzaamheidsrapport**. Hierin communiceren we transparant over onze resultaten, uitdagingen en doelstellingen voor de komende jaren. Ons meest recente rapport werd **gepubliceerd in november 2025** en is terug te vinden op onze website.
Daarnaast zetten we een belangrijke stap richting meer **producttransparantie**. In juni 2026 lanceerden we ons **Digital Product ID** voor de volledige Fall/Winter 2026-collectie. Voortaan zal dit digitale productpaspoort deel uitmaken van al onze nieuwe fashioncollecties. Voor onze Essentials-collectie (never out of stock) wordt het stapsgewijs ingevoerd bij nieuwe productieorders.
Via dit digitale product ID krijgen consumenten **concrete informatie over de herkomst en samenstelling** van hun kledingstuk. Zo maken we onze toeleveringsketen transparanter en helpen we consumenten om bewustere keuzes te maken.

3. Downstream Due Diligence

Ook in de keten na verkoop streven we naar positieve evoluties op sociaal en milieuvlak en het voorkomen van schadelijke gevolgen. Beschrijf hier de stappen die het afgelopen jaar zijn gezet op vlak van transparantie over eindbestemming van kleding, duurzaamheid in distributie en verkoop, levensduurverlenging, circulaire businessmodellen en einde-levensfase en consumententransparantie (downstream).

1. **Levensduurverlenging**

Kwaliteit is en blijft een essentieel onderdeel van het Xandres-DNA. Om onze hoge kwaliteitsstandaarden ook in de toekomst te blijven garanderen, hebben we beslist een **aparte kwaliteitsafdeling** op te richten. Hiermee centraliseren we alle aspecten van kwaliteitsbeheer, van de ontwerpfase tot de opvolging na verkoop. Zo kunnen we onze kwaliteitsprocessen verder versterken en de levensduur van onze kleding blijven optimaliseren.

Daarnaast bieden we **levenslang gratis herstel** aan voor alle Xandres-kledingstukken. Klanten kunnen hun kleding kosteloos binnenbrengen in onze winkels voor herstelling. We blijven actief inzetten op communicatie om de bekendheid en het gebruik van deze service verder te vergroten.
Zo organiseerden we in april een campagne in onze Belgische en Nederlandse winkels, waarbij we het belang van herstel en levensduurverlenging extra onder de aandacht brachten. Hiermee willen we klanten aanmoedigen om langer van hun favoriete Xandres-stukken te genieten en zo bij te dragen aan een meer circulaire mode-industrie.

2. **Circulaire businessmodellen en einde-levensfase**

Ons **herverkoopprogramma Xandres Preloved** werd in 2026 online gelanceerd. Klanten kunnen hun gedragen Xandres-kledingstukken inruilen voor een waardebon, waarna deze een tweede leven krijgen via onze Preloved-webshop. Door het programma online aan te bieden, willen we een breder publiek bereiken en nog meer kledingstukken opnieuw in omloop brengen. Zo zetten we actief in op **levensduurverlenging en circulair gebruik** van onze producten.
Daarnaast boden we in samenwerking met **Dressr onze Essentials-collectie ook via verhuur aan**. Hiermee verkennen we alternatieve businessmodellen die bijdragen aan een efficiënter gebruik van kleding.

Om **overstock** te beperken, bepalen we de productieaantallen pas na **verkoop aan onze wholesale-klanten**. Zo kunnen we overproductie beperken.
De resterende voorraad na solden wordt verkocht via onze **stockverkopen in het hoofdkwartier.** Artikelen die na één jaar stockverkopen niet verkocht zijn, worden aan een opkoper doorverkocht.
We willen hierbij benadrukken dat **geen enkel stuk wordt vernietigd**.

3. Consumententransparantie (downstream)
We zetten sterk in op het **sensibiliseren van klanten** rond duurzaam gebruik en herstel. Ons **Repair & Care-programma** geeft consumenten concreet advies om hun kleding te onderhouden en moedigt hen aan kleding te herstellen in plaats van te vervangen.

Daarnaast organiseren we ons jaarlijks **Green Friday** initiatief, waarbij we een duidelijk statement maken tegen overconsumptie. Dit door onze winkels en webshop te sluiten op een dag die bekend staat als de hoogmis van overconsumptie (Black Friday).
Op deze dag werken we met al onze collega's samen aan het herstel van kledij en voorzien we workshops en lezingen over duurzaamheid binnen de modesector.

4. Kennisdeling en sectortransparantie
Transparantie en kennisdeling gaat verder dan onze eigen keten up- en downstream. Xandres vindt het belangrijk op kennis te delen met onderzoekscentra, non-profits en andere bedrijven. Daarom namen we in het voorbije jaar actief deel aan verschillende onderzoeksprojecten: Data Driven Dressing, Just Fashion en Design4Details.

4. Vooruitblik

Wat zijn jullie ambities of prioriteiten voor het komende jaar?

1. **Materiaalgebruik verder verduurzamen.**
   We blijven onze gemiddelde materiaalscore stap voor stap verlagen om zo onze milieu-impact verder te beperken.

2. **99% sociaal geauditeerde ateliers.**
   We streven ernaar dat **alle confectieateliers beschikken over een geldige sociale audit**, zodat we zekerheid hebben over eerlijke en veilige werkomstandigheden in onze keten.

3. **Meer transparantie via traceerbaarheid.**
   Ons doel is om tegen eind volgend jaar **alle Tier 1- en Tier 2-leveranciers volledig in kaart te brengen**, in samenwerking met Tex.tracer.

4. **Verdere ontwikkeling van het Digital Product ID.**
   Elke nieuwe fashioncollectie wordt voorzien van een Digital Product ID.

   Om het Digital Product ID verder te optimaliseren, bevragen we momenteel onze klanten over hun ervaringen en verwachtingen. De inzichten uit deze bevraging zullen we gebruiken om de gebruiksvriendelijkheid, relevantie en impact van het Digital Product ID verder te versterken.

5. **Evaluatie en optimalisatie van onze circulaire initiatieven.**
   Vorig jaar lanceerden we Xandres Preloved online en startten we met kledingverhuur via Dressr. Het komende jaar focussen we op het **evalueren en optimaliseren** van deze initiatieven, met bijzondere aandacht voor hun **economische haalbaarheid en daadwerkelijke duurzaamheidsimpact**. Op basis van deze inzichten bepalen we hoe we onze circulaire initiatieven verder vormgeven.

6. **Oprichting van een aparte kwaliteitsafdeling.**
   Met de oprichting van een aparte kwaliteitsafdeling centraliseren we het kwaliteitsbeheer, van de ontwerpfase tot de opvolging na verkoop. Zo krijgen we meer controle over onze processen en kunnen we kwaliteit op een **integrale manier benaderen**. Door inzichten uit kwaliteitsproblemen systematisch terug te koppelen naar het designproces, kunnen we onze producten continu verbeteren en **kwaliteit nog sterker verankeren in elke fase van de productontwikkeling**.

5. Optioneel: bijlagen of links

Indien gewenst kan je hier verwijzen naar relevante documenten, rapporten of webpagina's die de voortgang onderbouwen.

Xandres Materiaal Matrix: Material_matrix
Xandres duurzaamheid: Duurzaamheid
Xandres duurzaamheidsverslag 2025: labelsbyandres.be/b2b/downloads/Sustainability_report_2025_Xandres.pdf
Xandres preloved: Xandres Preloved tweedehands