

Impact update 2025 - JBC

Jaarlijkse reflectie en resultaten binnen het Charter Verantwoord Ketenbeheer

Naam bedrijf: Claes Retail Group **Merk:** JBC

Datum indiening: 27/10/2025

Contactpersoon:

Ann Claes ann.claes@claesretailgroup.com CEO

Anais Claes anais.claes@claesretailgroup.com Sustainability manager

Website: www.jbc.be

1. Algemene reflectie

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

JBC versterkte het afgelopen jaar haar positie als koploper in verantwoord ketenbeheer binnen Claes Retail Group. Met **88% van de inkoopwaarde** afkomstig van leveranciers waarmee we al meer dan vijf jaar samenwerken, blijft JBC resoluut inzetten op **duurzame langetermijnrelaties**. De **Trace This Item-tool** binnen de / AM-lijn maakt onze keten volledig zichtbaar tot op **tier 4-niveau**, en we hebben inmiddels **43,59% van tier 2-3** en **30,77% van tier 4** in kaart gebracht – een uitzonderlijke prestatie binnen de sector.

Dankzij onze geïntegreerde opvolgingsaanpak werden **62,75% van alle verbeterpunten uit audits** binnen een jaar opgelost, en met een **Fair Wear-score van 64%** bevestigt JBC haar engagement voor menswaardige arbeid. Op materiaalvlak bereikte JBC een belangrijke mijlpaal: **meer dan de helft van het ingekochte katoen** heeft inmiddels een lagere milieu-impact. Daarnaast startte JBC het gebruik van **Chetna-katoen** op om katoenboeren een eerlijker inkomen te bieden.

Ook downstream toont JBC concrete vooruitgang. Het **tweedehandsaanbod “JBC Op-Nieuw”** gaf sinds 2023 al **223.613 kledingstukken** een nieuw leven, goed voor een vermeden uitstoot van **4,9 miljoen kg CO₂** en een besparing van **679 miljoen liter water**. Deze verwezenlijkingen illustreren hoe JBC stap voor stap bouwt aan een transparant, circulair en toekomstgericht modeverhaal.

Met **HNST** werden nieuwe jeans modellen ontwikkeld aan een democratische prijs onder het mom van *“Duur is niet duurzaam”*. JBC blijft hiermee trouw aan haar visie op toegankelijke, kwaliteitsvolle mode die rekening houdt met mens en milieu.

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 gezet zijn op vlak van transparantie en traceerbaarheid, respect voor de mensenrechten, duurzaam grondstoffengebruik en milieubeheer, ondersteuning & samenwerking met leveranciers en consumententransparantie (upstream).

Binnen Claes Retail Group wordt *Upstream Due Diligence* centraal opgevolgd op groepsniveau. Bijna alle Tier 1-leveranciers (97,57%) hebben onze *Code of Conduct* ondertekend. De **geauditeerde Tier 1-locaties** vertegenwoordigen **94,86%** van onze aankoopwaarde, en onze **medewerkers bezochten** de productielocaties die samen **70,01%** van onze aankoopwaarde dekken. Meer informatie over audits en verbetertrajecten is beschikbaar in het duurzaamheidsverslag van CRG.

Het afgelopen jaar werd **61,77% van onze totale inkoopwaarde (FOB)** binnen Claes Retail Group geplaatst bij **fabrikanten waarmee we al meer dan vijf jaar samenwerken**. Bij **JBC** ligt dat aandeel nog hoger, namelijk op **88% van de inkoopwaarde**, wat de sterke focus van het merk op **langdurige partnerships** benadrukt.

Een belangrijk instrument binnen onze transparante aanpak is de '**Trace This Item'-tool**. Deze tool maakt het mogelijk voor klanten om de **volledige keten van een I AM kledingstuk te volgen**, van Tier 4 tot afgewerkt product. Zo tonen we dat onze verantwoordelijkheid verder reikt dan de eerste productielocatie (Tier 1) en ook upstream-partners omvat, zoals spinnerijen, weverijen en ververijen. Met deze aanpak willen we consumenten bewust maken van de globaliteit en complexiteit van de modeketen.

Daarnaast hebben we de **tier 2- en tier 3-niveaus al voor 43,59% van onze tier 1-fabrikanten** in kaart gebracht, en **tier 4 zelfs voor 30,77%**. Dat is een sterke prestatie binnen onze sector en onderstreept onze ambitie om de volledige toeleveringsketen stap voor stap zichtbaar en verantwoord te maken.

Binnen Claes Retail Group voeren we een grondige opvolging van arbeidsomstandigheden bij al onze leveranciers, op basis van een gemeenschappelijke **Human Rights Due Diligence-aanpak**. We analyseren systematisch de resultaten van **SMETA-, BSCI-, Wethica- en SA8000-audits** en koppelen die aan lokale inzichten van onze teams en agenten in **China, Bangladesh, Litouwen, Turkije en India**. Deze aanpak gaat bewust verder dan een auditrapport: we willen begrijpen wat er echt speelt op de werkvloer en welke stappen leveranciers nemen om duurzame verbetering te realiseren.

Elke audit wordt opgevolgd met een **Corrective Action Plan (CAP)**, waarin concrete verbeterpunten, termijnen en verificaties zijn vastgelegd. Onze lokale experts bezoeken productielocaties om vooruitgang te controleren en ondersteuning te bieden waar nodig. Daarbij ligt de focus op thema's zoals **gedwongen arbeid, vrijheid van vereniging en gelijke behandeling van werknemers**.

We waken erover dat CAP's geen louter herhalende reflectie worden van structurele problemen, maar effectief leiden tot duurzame verandering. Dat vertaalt zich in meetbare resultaten: **62,75% van alle verbeterpunten en non-compliances** werden binnen het afgelopen jaar **volledig opgelost**, wat wijst op een duidelijke **structurele vooruitgang** bij onze leveranciers.

Daarnaast voeren we **dieptegesprekken met leveranciers** om onderliggende praktijken beter te begrijpen, zoals loonstructuren, vertegenwoordiging van werknemers, gendergelijkheid en omgang met migrantenarbeiders. We gebruiken ook **landen- en sectoranalyses** om risico's per regio te identificeren, bijvoorbeeld rond vluchtelingen en informele arbeid, subcontracting en looninflatie. Deze inzichten vormen de basis voor gerichte verbetertrajecten en beleid.

JBC behaalde opnieuw een sterke score van 64% bij de **Fair Wear Foundation**, wat de continue inspanning aantoont om arbeidsomstandigheden bij leveranciers te verbeteren. Via deze samenwerking werken we aan **concrete verbetertrajecten** rond leefbare lonen, veilige werkomstandigheden en sociale dialoog. Fair Wear biedt daarbij onafhankelijke evaluaties en ondersteunt ons in het implementeren van langdurige verbeteringen bij leveranciers, in plaats van enkel een auditbenadering.

Tot slot hebben we ons **klachtensysteem** verder uitgebouwd, zodat signalen uit audits, leveranciersbezoeken en externe meldingen centraal worden geregistreerd en opgevolgd. Hierdoor kunnen we trends sneller detecteren, transparant rapporteren en structurele verbeteringen stimuleren in de volledige keten van CRG.

Verder werkt Claes Retail Group met een **meerjaren-roadmap** om het gebruik van duurzamere materialen systematisch te verhogen. De focus ligt op het vervangen van conventionele grondstoffen van onze meest gebruikte materialen (katoen, polyester en viscoses) door **gecertificeerde, traceerbare alternatieven**. Er wordt stap voor stap overgeschakeld naar onder meer **biologisch katoen, gerecycleerd polyester, LENZING™-vezels** en andere materialen met een lagere milieu-impact. De roadmap wordt jaarlijks geactualiseerd en per merk vertaald naar concrete doelstellingen voor zomer- en wintercollecties. Hieronder kan je de vooruitgang van JBC terugvinden:

JBC	2023	2024
COTTON		
% LOWER IMPACT	34,95%	62,69%
% CONVENTIONAL	65,05%	37,31%
CELLULOSEVEZELS		
% LOWER IMPACT	23,64%	38,55%
% CONVENTIONAL	76,36%	61,45%
POLYESTER		
% LOWER IMPACT	33,69%	19,36%
% CONVENTIONAL	66,31%	80,64%

We zijn zeer trots dat JBC voor katoen reeds het kantelpunt bereikt heeft waarbij **meer dan de helft** van het ingekochte katoen van een variant is met een lagere

impact op het milieu. Zo blijven we stappen zetten in het verduurzamen van onze materialen.

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).

Sinds 2023 stimuleert JBC hergebruik via het **tweedehandsaanbod “JBC Op-Nieuw”**, dat een tweede of derde leven geeft aan **223.613 kledingstukken**. Mits een tweedehands aankoop een eerstehands stuk vervangt, heeft dit initiatief een aanzienlijke positieve impact: het vermijdt **4.919.486 kg CO₂-uitstoot** – het equivalent van **683 vluchten rond de aarde** – en bespaart **679.783.520 liter water**, ofwel **meer dan 4,5 miljoen gevulde badkuipen**. Door kleding opnieuw in gebruik te nemen in plaats van nieuw te produceren, vermindert JBC grondstofverbruik en versterkt het merk haar circulaire aanpak.

Wat “JBC Op-Nieuw” bijzonder maakt, is dat het **vertrekt vanuit kwaliteit en vertrouwen**. JBC koopt **te kleine kinderkleding** van klanten terug en brengt die lokaal opnieuw op de markt. Dat we onze eigen kledingstukken een tweede leven geven, toont het vertrouwen in de **duurzaamheid en kwaliteit** van onze producten en versterkt de lokale circulaire economie.

Via onze **inzamelboxen** gaven we het afgelopen jaar **143.640 kg kleding** een verder leven. Tegelijk merken we dat de rol van deze boxen geleidelijk kleiner wordt, nu ons eigen **tweedehandsaanbod “JBC Op-Nieuw”** sterk groeit. Die verschuiving toont dat ons **eigen circulair businessmodel** steeds belangrijker wordt en vormt een **concrete stap richting uitgebreide producentenverantwoordelijkheid** binnen JBC.

Samen met een collega-retailer hebben we getracht onze samenwerking met **We Make Hope** voor de inzamelboxen verder te verbeteren en transparanter te maken. Helaas werd de organisatie in vrijwillige vereffening gesteld. We hebben intussen een **nieuwe partner** om een transparanter inzamelsysteem uit te bouwen. De ingezamelde kledingstukken uit de **JBC-inzamelboxen** zullen daardoor op een **verantwoorde manier** lokaal verwerkt kunnen worden.

Onverkochte kleding blijft tot **twee jaar** beschikbaar in onze filialen en outlets, zodat elk stuk een maximale verkoopkans krijgt. Zo vermijden we de nood aan opkopers. Indien die toch worden ingeschakeld, gelden **duidelijke afspraken** over de eindbestemming van de goederen en wat ermee mag gebeuren.

Met de **#GeefHetDoor-campagne** en het **JBC-kamp** stimuleren we klanten en hun kinderen om kleding bewuster te kopen, langer te dragen en door te geven. Intern bouwen we verder aan kennisdeling via het programma **Sustainabuddies**, dat medewerkers (24) actief betreft bij de duurzaamheidsstrategie. Duurzaamheid is stevig verankerd in onze bedrijfscultuur en loopt door alle afdelingen heen.

4. Vooruitblik

Wat zijn jullie ambities of prioriteiten voor het komende jaar?

In de komende periode blijft JBC inzetten op het **verduurzamen van materialen** en het **versterken van haar Fair Wear-score**. Daarnaast willen we **consumenten nog actiever betrekken** bij het duurzaamheidsverhaal via transparante communicatie en meer educatieve campagnes. We werken verder aan onze **analyse van leefbare lonen in Tier 1** en bereiden de **opstart van een concreet project in onze productielanden in 2026** voor.

Tot slot zullen we onze **supply chain strategisch consolideren**, zodat we met minder, maar sterker betrokken partners samenwerken. Door deze focus verhogen we onze leverage bij leveranciers, worden we relevanter voor hen, en kunnen we nog beter samen verbeteren op sociaal en ecologisch vlak.

5. Optioneel: bijlagen of links

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

Via deze link kan je onderaan doorklikken naar het volledige **#GeefHetDoor**-verslag:

<https://jobs.claesretailgroup.com/nl/geef-het-door>