

Impact update 2025 - Mayerline

Jaarlijkse reflectie en resultaten binnen het Charter Verantwoord Ketenbeheer

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

Datum indiening: 27/10/2025

Contactpersoon:

Ann Claes ann.claes@claesretailgroup.com CEO

Anaïs Claes anais.claes@claesretailgroup.com Sustainability manager

Website: www.mayerline.be

1. Algemene reflectie

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

Mayerline versterkte het afgelopen jaar haar inzet op **duurzaamheid, levensduurverlenging en herstel**. Binnen Claes Retail Group droegen we bij aan een groepsbrede aanpak voor verantwoorde ketenpraktijken, met bijzondere aandacht voor duurzamere materialen, mensenrechten en transparante samenwerking met leveranciers.

Als merk blijven we trouw aan onze visie op **tijdloze mode** die langer meegaat. Met initiatieven zoals de gratis herstelservice *Atelier Mayerline*, het *RE NEW-programma* en de *R E S P E C T Days* stimuleren we klanten om bewust om te gaan met hun kleding en hergebruik te omarmen.

Daarnaast zetten we in op een **zorgvuldige verkoopstrategie** om overproductie en afval te vermijden: onverkochte kleding wordt verkocht via outlets, waardoor opkopers amper nodig zijn. Verder zijn er duidelijke afspraken met de opkoper over wat er met de goederen mag gebeuren en waar ze naartoe mogen.

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**.

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** werd binnen het afgelopen jaar **volledig opgelost**, wat een duidelijke **structurele vooruitgang** aantoont.

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.

Binnen de groep zien we ook positieve evoluties in **regionale productie**. Voor Mayerline wordt **54,03% van de aangekochte stuks geproduceerd binnen**

Europa, wat de nabijheid tot leveranciers vergroot en directe samenwerking en opvolging mogelijk maakt. Dit draagt bij aan zowel **transparantie** als het **verlagen van de milieu-impact** binnen onze toeleveringsketen.

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.

Claes Retail Group werkt 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 viscosen) 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 Mayerline terugvinden:

Mayerline BRUSSELS	2023	2024
COTTON		
% LOWER IMPACT	8,69%	27,17%
% CONVENTIONAL	91,31%	72,83%
CELLULOSEVEZELS		
% LOWER IMPACT	19,38%	33,83%
% CONVENTIONAL	80,62%	66,17%
POLYESTER		
% LOWER IMPACT	9,10%	12,66%
% CONVENTIONAL	90,90%	87,34%

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.

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).

We verlengen de levensduur van onze kleding via de levenslang gratis herstel-service **Atelier Mayerline**, waar klanten hun stukken kosteloos kunnen laten herstellen zodat vervanging vermeden wordt. Het levenslang gratis herstelprogramma **Atelier Mayerline** toont niet alleen onze inzet voor levensduurverlenging, maar ook ons **vertrouwen in de kwaliteit** van onze kleding. Dat deze service als businessmodel standhoudt, bewijst dat de **kwaliteit van onze producten duurzaam en betrouwbaar** is — een basisvoorwaarde om herstelling in plaats van vervanging echt mogelijk te maken.

Tijdens onze **R E S P E C T Days** stimuleren we klanten om hun bestaande kleding te laten herstellen of restylen en te combineren met één nieuw stuk, zodat mode langer meegaat. Onze collecties zijn bewust opgebouwd met **seizoensoverschrijdende kleuren**, waardoor items gemakkelijk meerdere seizoenen draagbaar blijven en tijdlozer behandeld kunnen worden.

Reststoffen worden herwerkt binnen de **Re-New-projecten**. Binnen dit programma werden dit jaar **ingezamelde jeansbroeken herwerkt tot nieuwe jeansrokken**. Dit is een concreet voorbeeld van circulaire herverwerking. Daarnaast geven we **praktische onderhoudstips** om kleding correct te wassen en te verzorgen, want goed onderhoud helpt kleding langer meegaan.

Om **overstocks te beperken**, verhogen we het aandeel **korte termijn productie**, werken we met **strakke budgetteringen** en **tweewekelijkse opvolging**. **Onverkochte kleding** wordt verkocht via onze eigen **outlets**, zodat elk stuk een maximale verkoopkans krijgt. Verder zijn er duidelijke afspraken met de opkoper over wat er met de goederen mag gebeuren en waar ze naartoe mogen.

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 blijven we inzetten op **duurzamere materiaalkeuzes** en het **verlengd gebruik van kleding** via herstel en onderhoud. Daarnaast werken we verder aan onze **analyse van leefbare lonen in Tier 1** en bereiden we 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>