

We love the body you're in and the planet you're on

Toen Achiël en Margaretha Van de Velde begonnen met de productie van hun eerste korsetten in 1919, hadden ze een simpel maar krachtig idee voor ogen: het zelfbeeld van vrouwen verbeteren met onderkleding die er net zo goed uitziet als ze past.

In de loop der jaren heeft deze missie aan belang gewonnen en is ze synoniem geworden voor Van de Velde. Wanneer onze klanten een beha, slip of ander linnenstuk van één van onze merken aantrekken, weten ze dat ze een product van topkwaliteit krijgen dat hun persoonlijkheid omarmt. En dat het een product is dat ze lang kunnen en zullen koesteren.

Deze vorm van slow fashion heeft in veel opzichten al een duurzame waarde. Op vlak van milieuprestaties betekent het bijvoorbeeld dat kleding wordt gemaakt met verantwoorde materiaalkeuzes en dat er wordt gebroken met de wegwerpmentaliteit van fast fashion.

Met de huidige realiteit in gedachten hebben we onszelf uitgedaagd om het beter te doen. Daarom hebben we in 2022, samen met onze belangrijkste stakeholders, een uitgebalanceerde duurzaamheidsstrategie ontwikkeld die is opgebouwd rond **4 belangrijke doelstellingen...**



Onze klimaatimpact minimaliseren



Materialen slim gebruiken



De kracht in vrouwen laten schitteren



Iedereen aan boord krijgen

#1 Onze klimaatimpact minimaliseren



ENGAGEMENT

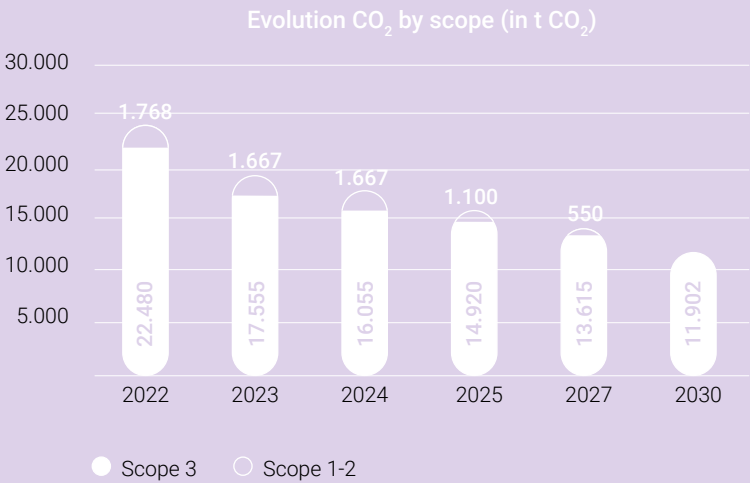
Vandaag is er een overweldigende wetenschappelijke consensus dat klimaatverandering een realiteit is. En dat deze voornamelijk wordt veroorzaakt door menselijke activiteiten. Elk programma voor een duurzame toekomst moet daarom klimaatmaatregelen tot een top-prioriteit maken. Om die reden streven we ernaar om tegen 2030 een netto-nul uitstoot te bereiken voor de emissies binnen onze directe controle. Voor de emissies gelinkt aan onze waardeketen volgen we de richtlijnen voor de Footwear & Apparel sector.

Dit engagement is gelinkt met ESRS E1 (Klimaatverandering) en ESRS E5 (Materiaalgebruik en circulaire economie).

Wat willen we bereiken?

We zijn niet tevreden met enkel ‘ons best doen’. Nee, we willen doen wat wetenschappelijk bewezen noodzakelijk is om de opwarming van de aarde te beperken tot 1,5 graden Celsius boven het pre-industriële niveau. Daarom streven we naar een netto-nul uitstoot voor alle emissies binnen onze directe controle tegen 2030 (Scope 1 & 2).

Om onszelf ambitieuze maar realistische doelen te stellen voor alle andere emissies (Scope 3), die verantwoordelijk zijn voor meer dan 90% van onze totale CO2-voetafdruk, streven we naar een gemiddelde jaarlijkse vermindering van 4% - volgens de richtlijnen van de sector.



Hoe bereiken we dit?



In 2024 hebben we niet alleen onze CO₂-reductiedoelstellingen vastgesteld, maar hebben we ook actieplannen opgesteld om deze te bereiken. Deze acties hebben betrekking op onze volledige waardeketen en zijn gebaseerd op SBTi-criteria en specifieke richtlijnen voor de Footwear & Apparel sector.

Goed om weten: omdat Scope 3 emissies sterk gekoppeld zijn aan de materialen die we gebruiken, bespreken we deze in het volgende hoofdstuk ‘Materialen slim gebruiken’.

Elektriciteit, energievoorziening & verwarming

6%

van onze totale CO₂-uitstoot

We optimaliseren het energieverbruik in onze vestigingen en monitoren de prestaties continu met als doel ons energieverbruik te verlagen. Voor de resterende energie die we nog steeds nodig hebben, maken we steeds meer gebruik van eigen zonne-installaties en schakelen we over op groene energiecontracten. We onderzoeken ook de eventuele voordelen van geothermische energie en extra warmtepompen.



982,5 kWp: de totale capaciteit van onze zonnepanelen

“

We hebben onlangs zonnepanelen geïnstalleerd op het dak van onze Tunesische productievestiging, met een capaciteit van 373 kWp. Hoewel deze zonovergoten regio uitdagingen biedt als het gaat om fotovoltatische installaties, konden we dit potentieel niet laten liggen.”

Peter Bynens, Manager Van de Velde Tunesië



Wagenpark

We bereiden alles voor om over te schakelen naar een volledig elektrisch wagenpark. In 2024 hebben we ons mobiliteitsbeleid en -budget geactualiseerd, geïnvesteerd in extra laadcapaciteit en een geschikte selectie van EV's gemaakt.

3%

(van onze totale CO2-uitstoot)



Afval

Het snijafval dat voortkomt uit het snijden van de textielmaterialen in onze vestiging in Wichelen vormt het grootste deel van ons niet-recycleerbare bedrijfsafval. Om die reden hebben we studies uitgevoerd om deze afvalstroom te verminderen.

Het resultaat: we slaagden erin om de bufferruimte tussen de gesneden patroondelen te verkleinen zonder verlies van snijkwaliteit. We installeerden een eerste nieuwe zero-buffer cutter in 2023. In 2024 investeerden we in vier extra snijrobots. Dit zal resulteren in een aanzienlijke vermindering van ons restafval. Tegelijkertijd onderzoeken we ook de mogelijkheden voor upcycling van snijafval.

Transport

Door de textielmaterialen hoofdzakelijk aan te kopen bij West-Europese leveranciers, hebben we onze transportbehoeften al aanzienlijk beperkt. Transport is echter nog steeds verantwoordelijk voor ongeveer 30% van onze CO₂-uitstoot. Daarom gaan we het luchttransport naar onze vertrouwde assemblage partner in het Verre Oosten optimaliseren door alleen directe vluchten te kiezen en multimodale routes te onderzoeken.

30%

(van onze totale CO2-uitstoot)



Van 3mm tot 0,8mm

Onze zero-buffer cutters verkleinen drastisch de ruimte tussen patroondelen.





#2 Materialen slim gebruiken

ENGAGEMENT

Gevoed en versterkt door de fast fashion trend is de textielindustrie een van de grootste verbruikers van materialen, terwijl slechts 1% van de gebruikte kleding wordt gerecycled tot nieuwe kleding. De enige mogelijke conclusie: onze textielproductie- en consumptiesystemen moeten fundamenteel worden herzien. Iets waar wij onder meer voor pleiten door het aanbieden van een breed assortiment duurzame, tijdloze kledingstukken die perfect passen en er prachtig uitzien - zonder overproductie.

Dit engagement is gelinkt aan ESRS E2 (Vervuiling), ESRS E3 (Water en mariene hulpbronnen) and ESRS E5 (Materiaalgebruik en circulaire economie).

Wat willen we bereiken?

In de zero-waste hiërarchie is het meest impactvolle wat een bedrijf kan doen, grondstoffen en producten zo lang mogelijk in gebruik houden aan hun hoogste waarde. En dat is precies wat we bij Van de Velde doen.

Helaas is er nog geen eenduidige standaard voor het meten van de levensverwachting van kleding, zoals een index of score. We hebben wel onze eigen interne testmethode ontwikkeld en kunnen met vertrouwen zeggen dat we lingerie en badmode ontwerpen die gemaakt zijn om lang mee te gaan.

Naast onze primaire focus op hoge kwaliteit en lange levensduur, streven we er ook naar om ...

- ✓ Nieuwe producten te ontwikkelen met CO₂-armere materialen
- ✓ Het potentieel van upcycling van operationele afvalresten te onderzoeken
- ✓ De milieu-impact van verpakkingen en POS-materialen te verminderen



Hoe bereiken we dit?



Verantwoordelijk gemaakte kleding die simpelweg eeuwen meegaat

Eigen productontwerp en -innovatie

We maken lingerie en badmode die in alle aspecten uitblinken dankzij tientallen jaren ervaring en voortdurende R&D-inspanningen in Schellebelle, België.



Eigen technologie om perfecte pasvorm te bepalen
Met een ontwerpmethodologie op basis van data, elimineren we alle giswerk.



Strenge kwaliteitscontrole in Belgisch lab
Onmisbaar voor het handhaven van hoge normen, het voldoen aan de verwachtingen van klanten en het behouden van ons concurrentievermogen.

Materialen van vertrouwde leveranciers

De ontwerpteam in Schellebelle werken rechtstreeks samen met Tier 1-leveranciers om geschikte materiaalcomponenten te selecteren, te ontwikkelen en in te kopen. Deze leveranciers - waarvan 70% actief in West-Europa - beheren verschillende textielproductieprocessen, waaronder weven, breien, verven en bedrukken.



Breed assortiment aan tijdloze producten

Sommige van onze iconische ontwerpen, zoals Avero (Marie Jo) en Deauville (Primadonna), bestaan al meer dan 25 jaar en vertegenwoordigen een aanzienlijk deel van onze omzet.



Nieuw leven voor stofresten

Dankzij een betrouwbaar forecast systeem hebben we slechts beperkte restanten van seizoensgebonden textielmaterialen. En met de restanten die niet vermeden kunnen worden, proberen we enkele proefprojecten uit die gericht zijn op upcycling van de materialen voor verschillende toepassingen, ook voor andere sectoren.

“

We zien meer en meer jonge designers die circulaire producten op de markt willen brengen en daarvoor op zoek gaan naar reststromen. Zo hebben we onze lingerie-stoffen al zien veranderen in geluidspanelen en in relatiegeschenken zoals draagtassen of make-up-tasjes.”

Lieve Vermeire, Sustainability Manager

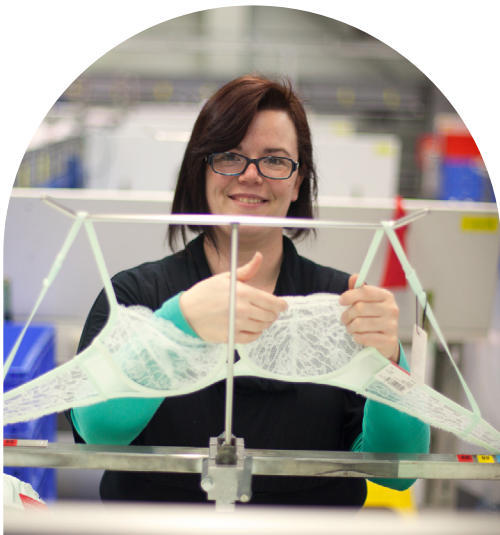
Levensduur eerst

We zetten alles op alles om de levensduur van onze lingerie en badmode zo lang mogelijk te krijgen. Onze producten zijn gemaakt van tientallen hoogwaardige onderdelen en materialen die niet recyclebaar zijn, wat het verwerkingsproces einde leven wel bemoeilijkt. Niettemin is precies die niet-recyclebare mix van onderdelen en materialen ook de reden waarom onze producten zo lang meegaan. Hierdoor hoeven ze minder vaak te worden vervangen, waardoor de uitstoot die gepaard gaat met de productie en distributie van nieuwe producten afneemt.

1,5%

onverkochte producten in 2024

Door geavanceerde forecasts, zijn we in staat om overstock van niet verkochte afgewerkte producten te vermijden.



Introductie van CO₂-armere materialen

Onze focus ligt voornamelijk op het verkennen van het potentieel van gerecyclede (pre-consumer) garens. Deze materialen zijn gemaakt van gerecycled polyamide of polyester en zijn GRS-gecertificeerd. Ook het potentieel van bio-gebaseerde materialen wordt onderzocht.

Aandeel gerecyclede garens stijgt





#3 De kracht in vrouwen laten schitteren

ENGAGEMENT

Ons doel is om het zelfvertrouwen van vrouwen te vergroten door middel van feelgood lingerie en uitstekende service in de winkel. En met vrouwen bedoelen we alle vrouwen. Iedereen heeft recht op het allerbeste op het gebied van pasvorm en mode. En degenen die dat mogelijk maken? Ons toegewijd en grotendeels vrouwelijk personeel, van wie hun gezondheid en hun welzijn een belangrijke prioriteit zijn voor ons.

Dit engagement is gelinkt met ESRS S1 (Eigen personeel) en ESRS S4 (Consumenten en eindgebruikers).

Wat willen we bereiken?

Mensen in staat stellen hun volledige potentieel te benutten - vrouwen in het bijzonder. Dat is waar het bij ons om draait. En bij Van de Velde onderscheiden we drie groepen van belanghebbenden waarop we ons richten.

2 Onze consumenten

We willen dat elke vrouw de **perfecte pasvorm** ervaart, ongeacht haar maat, leeftijd, lichaamsvorm of huidskleur. Bovendien streven we naar 100% veilige producten en zorgen we voor gemakkelijke toegang tot accurate productinformatie.

1 Ons eigen personeel

We streven naar een betrouwbare, inclusieve, veilige en gezonde werkomgeving voor al onze medewerkers. Dit geldt ook voor onze vestiging in Tunesië, onze eigen winkels en ons internationale verkoopteam.

3 Vrouwen in de samenleving

We streven ernaar kansen te creëren voor groei en zelfontplooiing voor alle vrouwen in de samenleving.



Hoe bereiken we dit?



1 Ons eigen personeel



Om de kracht in vrouwen binnen Van de Velde te laten schitteren, versterken we voortdurend de drie pijlers van ons HR-beleid:

#1 Stabiliteit

Wanneer werknemers vertrouwen hebben in een langdurig dienstverband, ervaren ze meer werktevredenheid, een hogere mate van vitaliteit en besteden ze meer aandacht aan hun persoonlijke ontwikkeling.



#2 Sociaal overleg

Een cultuur van nauwe samenwerking tussen management en werknemers en tussen werknemers onderling creëert een omgeving waarin mensen zich gehoord en gewaardeerd voelen en betrokken zijn bij besluitvormingsprocessen.



#3 Veiligheid en welzijn

Onze holistische benadering van HR, het best samen te vatten als ‘een gezonde geest in een gezond lichaam’, komt tot uiting in employee assistance programma’s, welzijnsprogramma’s, flexibele werkregelingen en ruime mogelijkheden voor professionele ontwikkeling en groei.

VdV Connect: een welzijnsinitiatief door werknemers, voor werknemers
Van bloeddonaties ... tot sportuitdagingen

2 Consumenten

We richten ons op alle vrouwen zodat iedereen kans krijgt op een breed scala aan stijlvolle, goed passende opties. Dit geldt vooral voor ons merk Primadonna, dat maar liefst 93 inclusieve maten aanbiedt. Kortom, we hebben opties voor elke vorm, maat en identiteit. Iets wat we realiseren door ...

Het zorgvuldig luisteren naar consumenten

- ✓ We betrekken doelgroepen bij het ontwerpproces en krijgen zo waardevolle inzichten in ervaringen, voorkeuren en uitdagingen.
- ✓ We verzamelen feedback en communiceren met consumenten via verschillende kanalen voor, tijdens en na hun aankoop.



Live shopping voor Marie Jo en Primadonna
Tijdens verschillende live-evenementen in 2024 konden consumenten met ons chatten op Instagram om advies te vragen en direct feedback te geven.

Het gebruik van authentieke beelden van vrouwen

- ✓ We ontwikkelen mannequins op basis van anonieme scans van de lichaamsvormen van meer dan 1.000 echte consumenten van onze merken.
- ✓ We creëren marketingcampagnes met echte fans van het merk, zodat onze consumenten zichzelf herkennen in onze campagnes.



Trouwe fans tonen tijdloze collecties in de Primadonna Body Love campagne

Het streven naar perfecte pasvorm

- ✓ We leveren nieuwe en vernieuwde lingerieconcepten, zoals inclusieve maten tot en met K-cup of unieke borstvoedings-bh's.
- ✓ We bieden gepersonaliseerde pasvormbegeleiding en digitale fitting tools om een objectief perspectief te bieden.

“Onze klanten shoppen steeds vaker mobiel of van thuis uit, of ze willen goed voorbereid een boetiek binnenstappen. Daarom hebben we een maattool ontwikkeld waarmee ze thuis snel en eenvoudig de juiste maat kunnen bepalen, in het comfort van hun eigen omgeving.”



Lien Van de Velde, Innovation Manager Van de Velde

Het garanderen van productveiligheid

- ✓ We breiden ons assortiment maten en stijlen voortdurend uit maar sluiten nooit compromissen op het gebied van productkwaliteit en veiligheid - met als resultaat 0 veiligheid gerelateerde incidenten in 2024.

100%

van leveranciers voldoen aan REACH en OEKO-TEX® standaarden
om ervoor te zorgen dat onze producten veilig zijn en geen schadelijke chemicaliën bevatten

3 Vrouwen in de samenleving

Genderongelijkheid is niet alleen een ‘vrouwenkwestie’, maar een strijd van iedereen. Ter illustratie: empowerment van vrouwen stimuleert economische groei, verbetert de sociale cohesie en vergroot het welzijn van alle mensen. Maar ondanks de vooruitgang in de afgelopen jaren blijven er ongelijkheden bestaan tussen mannen en vrouwen in het sociale en economische leven. Daarom willen we positieve bijdragen leveren door middel van samenwerkingsinitiatieven. Een selectie ...



Donaties aan kansarmere vrouwen

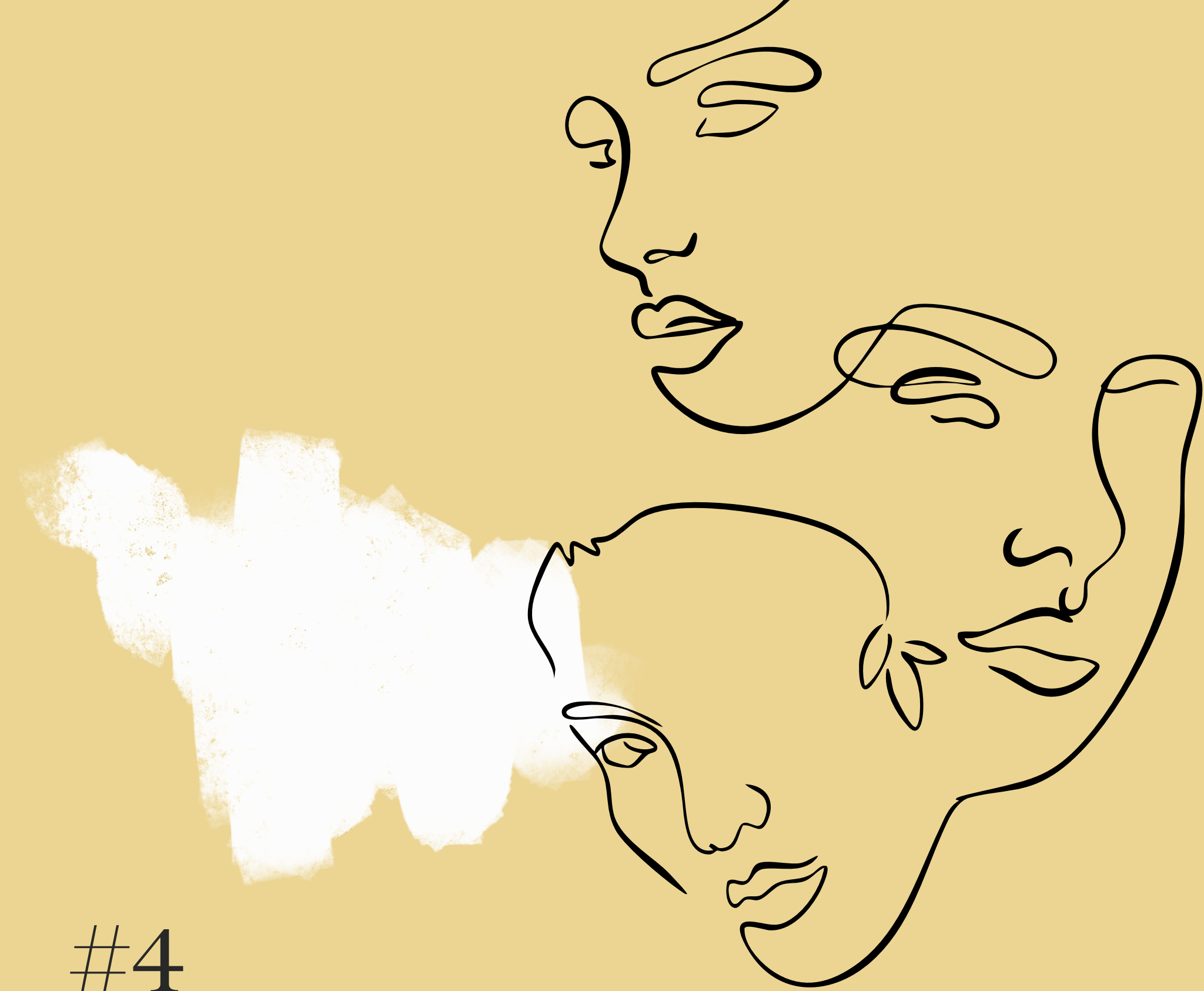
Een groot deel van onze leftovers wordt geschonken aan (lokale) organisaties die vrouwen in nood helpen, zoals vluchtelingenhuisen of ziekenhuizen waar vrouwen worden opgevangen na seksueel misbruik. Van de Velde heeft ook een structurele samenwerking met Artsen zonder Grenzen, zij delen kledij uit aan kansarme vrouwen in verschillende landen.

Ondersteuning voor medisch onderzoek en medische toepassingen

Onze acties variëren van het sponsoren van een doctoraat in oncologisch onderzoek tot het ontwikkelen van een beha die geschikt is voor bestraling.

Samenwerking met Plan International

Plan International is een organisatie die zich inzet voor de empowerment van jonge meisjes en vrouwen - een missie die perfect aansluit bij de onze. In 2024 gaven we financiële en materiële steun aan een technische school in Rwanda die confectieopleidingen voor meisjes verzorgt.



#4 Iedereen aan boord krijgen

ENGAGEMENT

Om een positieve impact te hebben in de huidige, zeer concurrerende mode-, textiel- en retail industrie is een duidelijk beleid nodig. We geven de voorkeur aan kwaliteitsgerichte stoffenleveranciers, werken nauw samen met vertrouwde assemblage-partners, houden essentiële processen intern en helpen retail partners hun service te verbeteren. Binnen onze waardeketen zijn respect voor individuen, integriteit en eerlijkheid belangrijke doelstellingen voor ons.

Dit engagement is gelinkt aan ESRS S2 (Werknemers in de waardeketen) en ESRS G1 (Zakelijk gedrag).

Wat willen we bereiken?

Mode blijft een zeer arbeidsintensieve industrie, wat betekent dat basisrechten van werknemers en fatsoenlijke arbeidsomstandigheden niet altijd vanzelfsprekend zijn in elk land. Ons doel is eenvoudig: we proberen ervoor te zorgen dat alle activiteiten binnen onze waardeketen worden uitgevoerd in overeenstemming met de wettelijke normen en met respect voor mensenrechten in alle omstandigheden.

We monitoren en ondersteunen onze partners proactief om de hoogste normen op het gebied van degelijk bestuur te handhaven. Niet alleen om risico's te beperken en de transparantie te verbeteren, maar ook om positieve initiatieven aan te moedigen.

9 noodzakelijke basisprincipes

- 1 Geen discriminatie
- 2 Geen kinderarbeid
- 3 Geen arbeid onder dwang
- 4 Geen disciplinaire maatregelen
- 5 Veilige en gezonde werkkruimtes
- 6 Respect voor maximale arbeidsduur
- 7 Leefbaar loon
- 8 Vrijheid van meningsuiting, vereniging en vergadering
- 9 Reguliere tewerkstelling



Omdat we samen veel verder kunnen gaan



Hoe bereiken we dit?



30% leveranciers waarmee we meer dan 20 jaar mee samenwerken



70% aankoop materialen in Europa

Stoffenleveranciers

Van de Velde koopt grondstoffen voornamelijk aan bij Europese leveranciers in België, Frankrijk, Italië, Zwitserland en Spanje. Onze grootste leverancier bevindt zich op slechts 35 km van onze Belgische hoofdzetel. De jarenlange samenwerking met deze leveranciers zorgt ervoor dat zij precies begrijpen wat wij nodig hebben op het vlak van creativiteit, innovatie en technologie.

Assemblagepartners



We werken bewust met een beperkt aantal productiehuizen om de knowhow te centraliseren en continuïteit te garanderen. Ter illustratie: ons eigen atelier in Tunesië en één (vaste) partner in het Verre Oosten vertegenwoordigen 75% van alle productie. Een klein volume wordt geproduceerd door twee andere onderaannemers in Tunesië waarmee Van de Velde al meer dan 15 jaar samenwerkt.

Sterke banden met partner in Verre Oosten

Onze partner werd oorspronkelijk geselecteerd vanwege de technische kennis, toewijding aan kwaliteit en voortdurende streven naar innovatie. Vandaag helpen ze ons actief om onze producten te verbeteren. Bovendien is Van de Velde lid van de Raad van Bestuur van deze beursgenoteerde onderneming, wat ons een stem geeft in de langetermijnvisie en -strategie.

Retail partners



Onze retail partners spelen een essentiële rol bij het geven van het juiste advies aan consumenten over maat en pasvorm, en over hoe ze onze producten moeten onderhouden. Omgekeerd ondersteunen winkeliers onze ontwerpteam met constructieve feedback over onze collecties.

We geven regelmatig trainingen over het adviseren van consumenten.

We creëren de paskamer van de toekomst om consumenten te helpen door objectieve digitale fitting tools.

We houden enquêtes om de ervaringen en verwachtingen van winkeliers te monitoren.

Hoe we richting willen geven

Door middel van beleidsdocumenten die in overeenstemming zijn met de waarden van Van de Velde, willen we de basis leggen voor goed gedrag, een cultuur van integriteit en respect bevorderen, goeie besluitvorming sturen en ervoor zorgen dat we voldoen aan de wettelijke en reglementaire vereisten.

- ✓ Ethisch en Sociaal Charter
- ✓ Klokkenluidersbeleid
- ✓ Gedragscode voor Medewerkers
- ✓ Beleid rond Voorkennis
- ✓ Beleid tegen Corruptie en Omkoping

- ✓ Beleid tegen Prijsafspraken
- ✓ Business Partner Code of Conduct
- ✓ Milieubeleid
- ✓ Privacybeleid voor Medewerkers
- ✓ Privacybeleid voor Consumenten

We hebben deze beleidsdocumenten eenvoudig beschikbaar gemaakt in 5 talen. Bovendien organiseren we regelmatig trainingen en bewustwordingscampagnes om ervoor te zorgen dat onze werknemers ons beleid begrijpen en naleven.

Hoe we onze partners betrekken

We willen duurzame relaties opbouwen met onze zakelijke partners en zoeken daarom partners die onze waarden delen. De eerste stap: een screening van leveranciers. Zo'n screening stelt ons in staat om inzicht te krijgen in de maturiteit van de organisatie van de leverancier en in hun engagement om bepaalde principes op het gebied van mensenrechten, milieu en integriteit na te leven.

Bij de start van een nieuwe samenwerking, wordt een leverancier gevraagd zich te engageren tot onze Business Partner Code of Conduct (bijgewerkt in 2024), deze richt zich op respect voor mensenrechten, streven naar vermindering van de impact op het milieu en zakelijke integriteit.

180
van onze leveranciers werden gescreend tegen eind 2024. Ons intern scoresysteem voor leveranciers toont een opwaartse trend.

“

“De behoefte om ethisch zaken te doen is groter dan ooit. Dit betekent dat er veel aandacht is voor zaken zoals anticorruptie, eerlijke concurrentie, data privacy etc. Hoewel veel van deze aspecten zijn vastgelegd in wetgeving, gaat het om meer dan enkel het aanvinken van compliance-vakjes. We willen echte waarde creëren voor de maatschappij door onze eigen organisatie bewust ethisch aan te sturen en al onze partners daarbij mee aan boord te krijgen.”

Lore Werbruck, Head of Legal, Risk & Compliance