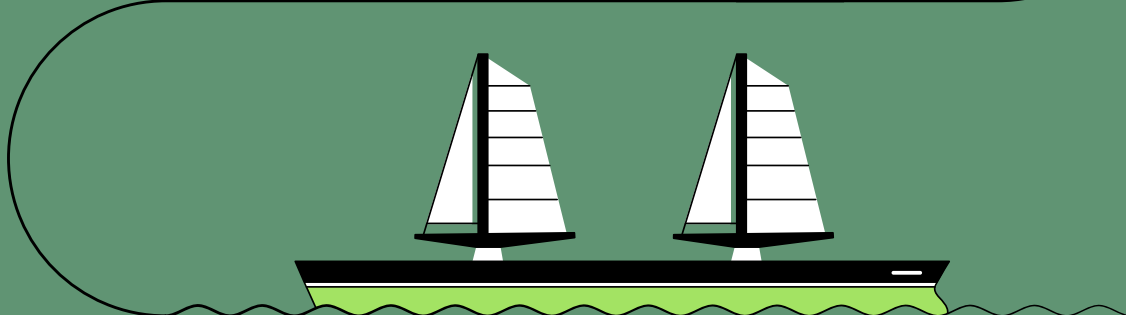




MVO-VERSLAG 2025



LONGCHAMP
PARIS

INHOUD

I . MAISON LONGCHAMP 4

De waarden van Longchamp 5

Onze inzet voor duurzaamheid
in 10 belangrijke data 6

Mvo-strategie en -doelstellingen 7

Longchamp in cijfers 9

II. MVO-BEHEER 11

B Corp-certificering: Een belangrijke mijlpaal 12

Mvo-beheer 13

Het ecosysteem van belanghebbenden 14

Dubbele materialiteitsmatrix 15

Mvo-risico's en vraagstukken 16

III. LONGCHAMP FAMILY 18

TEAMS 19

Empowerment door opleiding
en ontwikkeling 21

Gelijke kansen waarborgen 22

Zorg voor anderen 24

ROL IN DE SAMENLEVING 25

Ondersteuning van onze gemeenschappen 27

Creativiteit steunen 31

Kunstenaars steunen en creativiteit stimuleren ... 32

IV. MADE BY LONGCHAMP 33

SAVOIR-FAIRE 34

Vakmanschap overdragen en verrijken
in onze ateliers 36

Ecodesign als ontwerpprincipe 38

De transparantie van onze productieketen
verbeteren 40

PLANEET 42

Klimaatkwesties meten en het bewustzijn
hierover vergroten 44

Onze fysieke voetafdruk verkleinen 46

Circulariteit bevorderen 49

REDACTIONEEL

EEN BOODSCHAP VAN DE FAMILIE

Juliette Poupard,
Hector Cassegrain
en Adrien Cassegrain

Als onafhankelijk familiebedrijf kunnen we snel beslissen en tegelijk trouw te blijven aan wie we zijn. Al meer dan 78 jaar laat ons Maison zich leiden door innovatie én traditie, gedreven door integriteit en een diep verantwoordelijkheidsgevoel voor de toekomst.

Onze grootouders creëerden een omgeving waarin zorgzaamheid centraal stond en bouwden hechte relaties op met hun medewerkers. Deze erfenis leeft vandaag voort in onze manier van werken: we onderhouden duurzame banden met onze partners en leveranciers, van wie sommigen al generaties lang met ons samenwerken. Deze langdurige relaties vormen een essentieel onderdeel van ons DNA.

Gedreven door de creatieve nieuwsgierigheid en de gedurfde geest van onze oprichters ontwerpt het Maison tijdloze producten, gemaakt om lang mee te gaan en het leven van hun dragers te verrijken. Al meer dan vier generaties vormen kwaliteit en integriteit de leidraad voor elke beslissing die wij nemen.

In 2026 bereikte het Maison een nieuwe mijlpaal toen wij onze B Corp-certificering ontvingen, een veeleisende erkenning die onze

langdurige inzet structureert en versterkt. Deze certificering is geen doel op zich, maar een extra kader om onze vooruitgang te meten, onze positieve impact te versterken en ons model te verankeren in een wereldwijd duurzaamheidskader.

Trouw aan deze waarden zien wij de mvo-transformatie als een vanzelfsprekende voortzetting van onze oorspronkelijke visie. We waarborgen het welzijn van onze teams, stimuleren creativiteit en zetten ons actief in voor het behoud van ons vakmanschap en een duurzamere toekomst. Ons reparatieatelier in Segré, dat sinds het einde van de jaren vijftig onafgebroken actief is, vormt een tastbaar symbool van onze toewijding om de levensduur van onze creaties te verlengen en ons unieke savoir-faire te behouden.

In dit document belichten we de verschillende facetten van ons beleid op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. We delen lang bestaande praktijken, maar ook structurele resultaten van het afgelopen jaar. De inzet en inspanningen van elk lid van het Maison dragen ertoe bij dat onze algehele aanpak coherent is.

I. MAISON LONGCHAMP



DE WAARDEN VAN LONGCHAMP

LONGCHAMP IS EEN ONAFHANKELIJK FAMILIEBEDRIJF, een Parijs Maison met een mondiale visie. Onze missie is betekenisvolle, mooie creaties creëren die lang meegaan.

Sinds de oprichting in 1948 als ambachtelijk bedrijf richt Longchamp zich op het vervaardigen van duurzame producten. Het belangrijkste doel van het Maison is om producten te creëren waar klanten langdurig plezier aan beleven, die ze koesteren en uiteindelijk kunnen doorgeven. Ons leerbewerkingsvakmanschap is

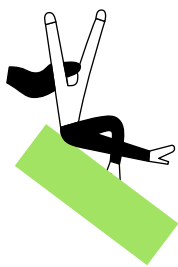
geworteld in een streven naar uitmuntendheid en kwaliteit, een denkwijze die door al onze 4.395 medewerkers wordt gedeeld. Van onze Parijse ateliers tot onze winkels wereldwijd, ze belichamen allemaal de kernwaarden van het Maison: duurzaamheid, oprechtheid, creatieve nieuwsgierigheid en optimisme. Al meer dan 78 jaar

houdt Longchamp haar uitzonderlijke vakmanschap in stand door respect te tonen voor het werk van iedereen die eraan bijdraagt en door authentieke materialen te eren die de tand des tijds doorstaan. Tegelijkertijd omarmen we creativiteit en innovatie, onmisbaar om de uitdagingen van een veranderende wereld het hoofd te bieden.

AL MEER DAN 78 JAAR innoveert Longchamp en overstijgt trends, met het iconische logo van de ruiter als symbool van elegantie in beweging. Door haar eigen unieke waarden te belichamen en uit te dragen, kan Longchamp zich blijven heruitvinden en tegelijk trouw blijven aan haar legendarische vakmanschap.

AUTHENTICITEIT Onze familiewortels, ons vakmanschap en ons woord hoog in het vaandel dragen.

ENERGIE Gedeelde energie die creativiteit en ondernemingszin in beweging zet.



DYNAMISME

een voorliefde voor actie en innovatie

OPRECHTHEID

een oprecht verlangen om betekenisvolle actie te ondernemen

DUURZAAMHEID

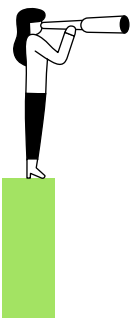
een bedrijf en producten die de tand des tijds doorstaan

OPTIMISME

vertrouwen in onszelf en in anderen.

CREATIEVE NIEUWSGIERIGHEID

inspiratie putten uit het openstaan voor de wereld



ONZE INZET VOOR DUURZAAMHEID IN 10 BELANGRIJKE DATA

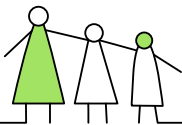


1948 OPRICHTING

Jean Cassegrain richt het bedrijf op door onverkochte pijpen met leer te bekleden en ze zo om te toveren tot luxe voorwerpen. Zijn motto, 'niets gaat verloren, alles wordt getransformeerd', sluit naadloos aan bij het ambachtelijke savoir-faire van het Maison.

1959 VOORUITZIEN

Opening van het eerste atelier in Segré, Frankrijk. Longchamp kiest ervoor om de productie rechtstreeks in de bedrijfsstrategie te integreren om de kwaliteit en het vakmanschap beter te controleren, cruciale elementen van een authentieke en duurzame productlijn.



1972 SAMENWERKING

Eerste samenwerking met een kunstenaar, Serge Mendjiski. Met deze ontmoeting zetten we creativiteit blijvend op de kaart.

1993 VINDINGRIJKHEID

Le Pliage® is ontstaan uit de vindingsrijheid van Philippe Cassegrain. Zijn visionaire aanpak minimaliseert het aantal benodigde onderdelen en optimaliseert de afmetingen van de tas, met zo weinig mogelijk afval als resultaat. Een product dat ecologisch is ontworpen en gemaakt om de tand des tijds te doorstaan



2012 OVERDRACHT

Longchamp start een nieuwe fase in de overdracht van vakmanschap door opleidingsateliers te openen in Segré, waar expertise wordt doorgegeven. In acht jaar tijd hebben deze ateliers meer dan 100 leerbewerkers opgeleid, van wie velen een carrièreswitch hadden gemaakt. Tegenwoordig is de opleiding direct geïntegreerd in onze werkateliers

2014 DUURZAAMHEID

Longchamp wordt uitgeroepen tot 'Entreprise du Patrimoine Vivant' (Bedrijf van Levend Erfgoed), een onderscheiding die Franse bedrijven erkent voor hun industriële expertise en ambachtelijke uitmuntendheid. In 2023 ontvingen we het EPV-label opnieuw.

2019 INNOVATIE

Voor het eerst gebruikt Longchamp gerecycled polyester afkomstig van plastic flessen en lanceert het My Pliage Signature. Dit luidt een proces van voortdurende innovatie in, van Le Pliage® naar Le Pliage Green, gemaakt van gerecycled nylon.

2022 RE-PLAY INITIATIEF

Andere initiatieven, zoals de Re-Play-collectie, tonen de sterke betrokkenheid van het merk bij het terugdringen van afval.



2024 KLIMAATSTRATEGIE

Longchamp lanceert de Klimaatstrategie 2033 om onze wereldwijde CO2-voetafdruk tegen 2033 met 30% te verminderen.

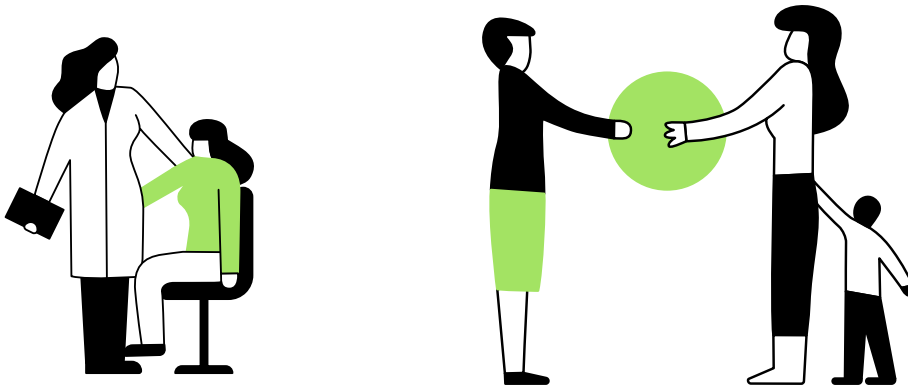
2026 B CORP CERTIFICERING

Longchamp behaalt de B Corp-certificering, een veeleisende internationale erkenning die getuigt van de sociale, maatschappelijke en milieuprestaties van het Maison, en die ons streven naar voortdurende verbetering kracht bijzet.



MVO-STRATEGIE EN DOELSTELLINGEN

ZORG DRAGEN VOOR DE PLANEET EN HAAR GEMEENSCHAPPEN is altijd onderdeel geweest van het DNA van Longchamp. We streven er voortdurend naar onze werkwijzen te verbeteren en structureren onze mvo-strategie rond nieuwe en bestaande initiatieven. Wij zetten onze creativiteit doelgericht in om bij te dragen aan een duurzamere toekomst.



GOVERNANCE

Een solide beleid zorgt ervoor dat sociale, maatschappelijke en milieukwesties worden meegenomen in de strategische beslissingen en management-processen van het Maison. Dit beleid steunt op een duidelijk kader met aandacht voor strategisch management, operationele uitvoering en nauwe samenwerking met lokale vertegenwoordigers. We streven ook naar een open dialoog met klanten, leveranciers, partners en lokale gemeenschappen om onze engagementen te delen, vooruitgang zichtbaar te maken en continu te verbeteren. Zo versterken we de impact, consistentie en geloofwaardigheid van onze mvo-initiatieven op lange termijn, intern afgestemd, extern transparant.

TEAMS

Het Maison streeft naar een veilige, gezonde en positieve werkomgeving als basis voor de ontwikkeling van het menselijk kapitaal van Longchamp. In lijn met onze engagementen op het gebied van diversiteit en inclusie streeft het Maison naar goede arbeidsomstandigheden. Vanuit onze gedeelde waarden werken we continu aan betere werkomstandigheden en het welzijn van al onze medewerkers, met oog voor zowel collectieve als individuele uitdagingen.

- Opleiding en autonomie stimuleren
- Gelijke kansen waarborgen
- Aandacht voor anderen

ROL IN DE SAMENLEVING

Longchamp speelt een actieve rol in de samenleving en werkt samen met belanghebbenden om concrete veranderingen teweeg te brengen. Binnen vakmanschap, kunst, design en mode omarmen we creativiteit in al haar vormen, door opkomend talent een podium te bieden. Steun aan lokale gemeenschappen en het stimuleren van de volgende generatie kunstenaars en ontwerpers vormen de volgende pijler van ons mvo-engagement. De in 2026 verkregen B Corp-certificering onderbouwt deze doelstellingen door niet-financiële prestaties centraal te stellen in de strategische planning van het bedrijf.

- Onze gemeenschappen steunen
- Creativiteit steunen
- Kunstenaars steunen en hen een creatief platform bieden



SAVOIR-FAIRE

Onze unieke expertise, die we te danken hebben aan onze buitengewone teams in de ateliers, staat garant voor kwaliteit voor al onze klanten. Diezelfde expertise passen we toe op duurzaamheid: van grondstoffenselectie en traceerbaarheid tot de ontwikkeling van nieuwe processen..

- In stand houden en ontwikkelen van vakmanschap in onze ateliers
- Een ecologische visie op productontwerp stimuleren
- De transparantie van onze productieketen verbeteren

PLANEET

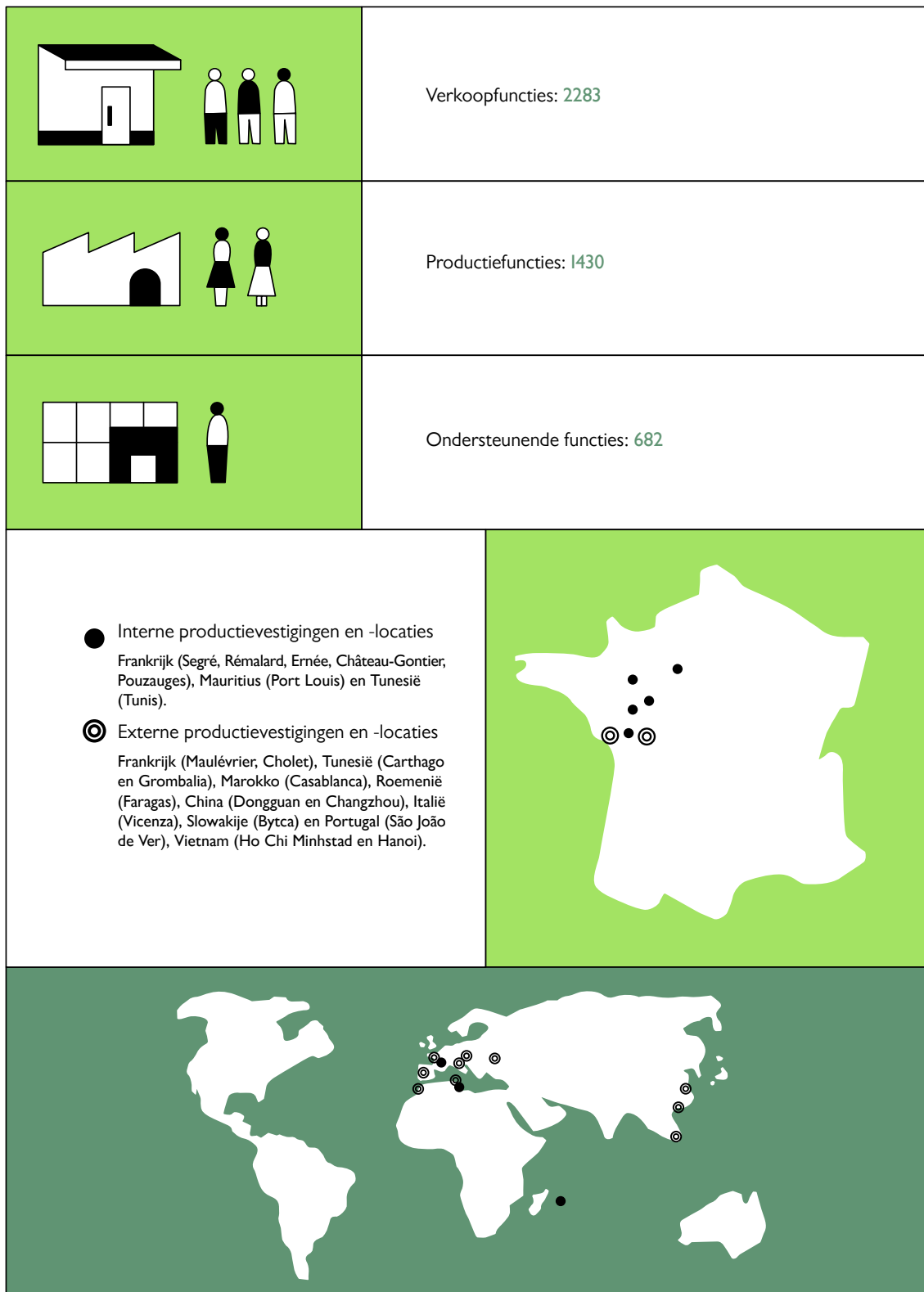
Milieubescherming staat centraal in onze mvo-strategie en is een absolute prioriteit. Elk jaar beoordeelt Longchamp de CO₂-voetafdruk om te zien waar verbeteringen mogelijk zijn en om de uitstoot van broeikasgassen te verminderen. We zetten ons in om onze CO₂-voetafdruk te verkleinen en streven ernaar onze impact op mondiale hulpbronnen te verkleinen door over te stappen op een duurzamer en circulair bedrijfsmodel.

- Klimaatuitdagingen beoordelen en bewustwording vergroten
- Onze ecologische voetafdruk verkleinen
- Circulariteit bevorderen

LONGCHAMP IN CIJFERS



I. MAISON LONGCHAMP



II. MVO-BEHEER



B CORP-CERTIFICERING: EEN BELANGRIJKE MIJLPAAL

In 2026 kreeg Longchamp de B Corp-certificering en sloot zich daarmee aan bij een internationale gemeenschap van bedrijven die zich inzetten om economische prestaties te combineren met een positieve impact. Deze certificering, die wordt toegekend

Het proces ging in 2022 van start en verliep in fasen: een eerste beoordeling, actieplannen, verbetering van de werkwijze, verzamelen van bewijsmateriaal en een eindaudit. Longchamp doorliep vijf afzonderlijke beoordelingen voor onze belangrijkste regio's (Europa,

duurzaamheidsengagementen op lange termijn vast.

De B Corp-certificering is een cruciale mijlpaal in het mvo-traject van Longchamp. De score weerspiegelt een solide operationele basis en erkenning van bedrijfsmodellen met een positieve impact. Naast externe erkenning fungeert B Corp als een strategisch managementinstrument dat prioriteiten structureert en alle teams verenigt in een afdelingsoverschrijdende, meetbare aanpak.

De certificering versterkt de geloofwaardigheid van het merk door een onafhankelijke validatie van onze werkwijzen en biedt een duidelijk kader om prioriteiten te stellen, de strategie te structureren en voortdurende vooruitgang te stimuleren. Daarnaast versterkt dit Longchamps aantrekkingskracht op talent en haar positie als duurzaam merk op internationaal niveau.



door de onafhankelijke ngo B Lab, erkent bedrijven die voldoen aan strenge en gecontroleerde normen op het gebied van maatschappelijke, ecologische en bestuurlijke verantwoordelijkheid, evenals transparantie. Longchamp behaalde een score van 91 punten, aanzienlijk boven de vereiste drempel van 80 punten en onze interne doelstelling van 90 punten.

De certificering is gebaseerd op het B Impact Assessment (BIA), een internationaal raamwerk dat bestaat uit meer dan 300 vragen in vijf gebieden: governance, medewerkers, gemeenschap, milieu en klanten. Deze aanpak biedt een 360°-overzicht van het bedrijfsmodel en de impact ervan.

Azië, Noord-Amerika, industriële vestigingen in Frankrijk en het hoofdkantoor, Tunesië en Mauritius).

Elke beoordeling werd onderbouwd met tastbaar bewijs: beleid, contracten, rapporten, procedures en financiële gegevens. De voorbereiding duurde drie jaar. Daarna volgde een diepgaande audit door B Lab die ongeveer vier maanden in beslag nam.

Concreet paste het Maison haar statuten aan, zodat sociale, maatschappelijke en milieugevolgen deel uitmaken van elke strategische beslissing. Zo telt positieve impact even zwaar als economische prestaties en liggen onze



MVO-BEHEER

Het B Corp-initiatief diende als een echte katalysator voor verandering binnen de organisatie. Meer dan 100 medewerkers waren rechtstreeks bij het project betrokken, vertegenwoordigd vanuit alle afdelingen en geografische regio's. Elk land kon rekenen op mvo-ambassadeurs die hielpen om gegevens te verzamelen, nieuwe projecten op te zetten en werkwijzen te verbeteren om aan de normen van het certificeringskader te voldoen. Dankzij deze gedeelde inzet konden we een permanente mvo-bestuursstructuur opzetten en verschillende projecten lanceren die verder gaan dan de certificering zelf.

EEN GESTRUCTUREERD EN EVOLUEREND GOVERNANCE KADER

De mvo-governance van Longchamp verbindt strategische sturing met operationele uitvoering en werd de voorbije jaren versterkt voor een consistentere, afdeling overschrijdende werking. Vroeger steunde het Maison op een Impact Committee, verantwoordelijk voor de operationele opvolging van mvo-projecten. Dit is inmiddels vervangen door twee nieuwe organen, die hieronder worden toegelicht. Daarnaast steunt het Maison op een netwerk van mvo-ambassadeurs binnen dochterondernemingen en productielocaties, en op de verantwoordelijken van het Ride

4 Good-programma, ons vrijwilligers- en donatie-initiatief. Zij komen samen in daarvoor bestemde overleggroepen. Met dit netwerk kon de mvo-aanpak verankeren in alle bedrijfsfuncties en regio's.

Als onderdeel van de B Corp-certificering en de Elevate-strategie is deze organisatie herontworpen om de communicatie te stroomlijnen en de algehele coördinatie te verbeteren. De Elevate-strategie vormt het strategische plan van Longchamp voor de periode 2023–2028. Het doel is de groei van het Maison te versnellen door in te zetten op alle dimensies van het merk: producten, distributie, diensten en communicatie.

Het mvo-uitvoerend comité (CODIR RSE), onder leiding van onze voorzitter Jean Cassegrain, blijft het centrale orgaan voor strategische governance. Het valideert de jaarlijkse prioriteiten, bepaalt de strategische koers en bewaakt de niet-financiële prestaties door sociale, maatschappelijke en milieukwesties te integreren in de algehele bedrijfsstrategie.

Tegelijkertijd zijn er twee nieuwe organen opgericht. Het eerste komt om de twee maanden bijeen en brengt operationele betrokkenen bij het mvo-beleid (ambassadeurs, projectmedewerkers, Ride 4 Good-verantwoordelijken) samen. Ze stimuleren afdeling

overschrijdende samenwerking, kennisuitwisseling en coördinatie van initiatieven op internationaal niveau.

De tweede groep is toegankelijk voor alle medewerkers en komt elk kwartaal bijeen om de voortgang van mvo-projecten te presenteren, strategische prioriteiten toe te lichten en vragen te beantwoorden. Dit vergroot niet alleen de transparantie, maar verankert deze vraagstukken ook breder in de organisatie. Dit initiatief omvat ook een regelmatige mvo-nieuwsbrief die is bedoeld om de transparantie en interne betrokkenheid te vergroten.

Daarnaast blijven specifieke organen belangrijke projecten aansturen, zoals de commissie voor ecologisch ontwerp, een jaarlijks overleg over de klimaatstrategie en commissies die toezien op de kwaliteit en nauwkeurigheid van niet-financiële gegevens.

Met deze evolutie vervangen we parallelle structuren door een geïntegreerde aanpak die de informatiestroom verbetert, consistentie borgt en alle teams betreft. Zo groeit mvo-governance uit tot een afdeling overschrijdende kracht op lange termijn, meer dan een kwestie van certificering alleen. Het mvo-team op het Parijse hoofdkantoor blijft centraal coördineren: het bewaakt de consistentie van de aanpak en houdt de belangrijkste prestatie-indicatoren in het oog.

HET ECOSYSTEEM VAN BELANGHEBBENDEN

De mvo-governancestructuur van Longchamp stimuleert de dialoog met belanghebbenden, zodat hun verwachtingen en inbreng rechtstreeks worden vertaald naar de mvo-aanpak van het bedrijf.

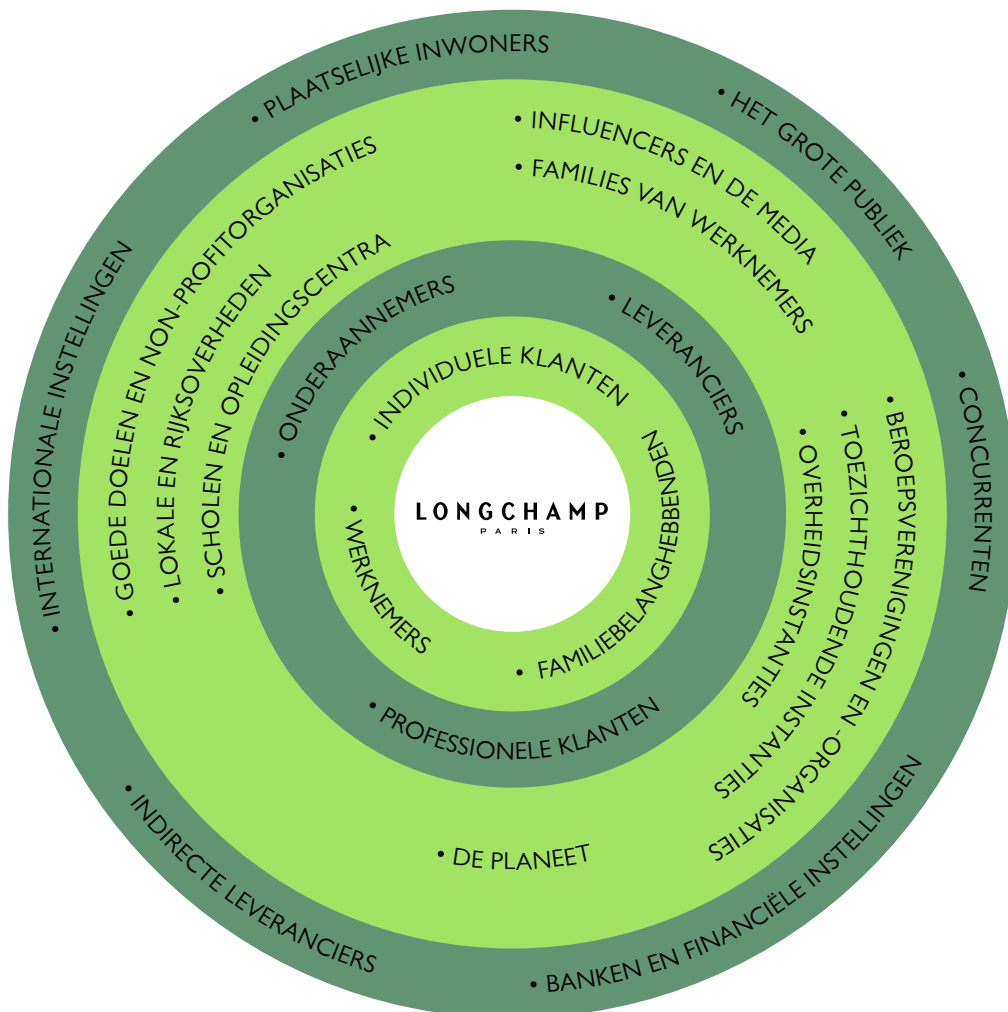
Longchamp besteedt bijzondere aandacht aan de groepen die rechtstreeks door haar activiteiten worden beïnvloed, de belanghebbenden. Hun behoeften en ideeën vormen een directe input voor onze mvo-strategie en helpen ons de samenwerking met hen voortdurend te verbeteren. Zo neemt het bedrijf weloverwogen beslissingen en geeft concreet invulling

aan maatschappelijke en ecologische verantwoordelijkheid. Van alle belanghebbenden ondervinden medewerkers en klanten de meest directe invloed van onze activiteiten. Onderstaande figuur geeft een overzicht van de belanghebbenden: gerangschikt van het dichtstbij (centrum) tot verst verwijderd (buitenrand). Onze belanghebbenden zijn een drijvende kracht achter de verdere uitbouw van ons mvo-beleid.

Methodologie

Longchamp identificeerde eerst alle belanghebbenden van het bedrijf. Vervolgens wezen we managers aan om de impact van belanghebbenden op het bedrijf en vice versa te beoordelen, of dit nu financieel was of betrekking had op het merkimage. Een interne werkgroep beoordeelde de resultaten van deze analyse, het mvo-uitvoerend comité keurde ze vervolgens goed.

Deze analyse vormt de basis voor de dubbele materialiteitsanalyse, die de geïdentificeerde verwachtingen en effecten vertaalt naar concrete mvo-prioriteiten.



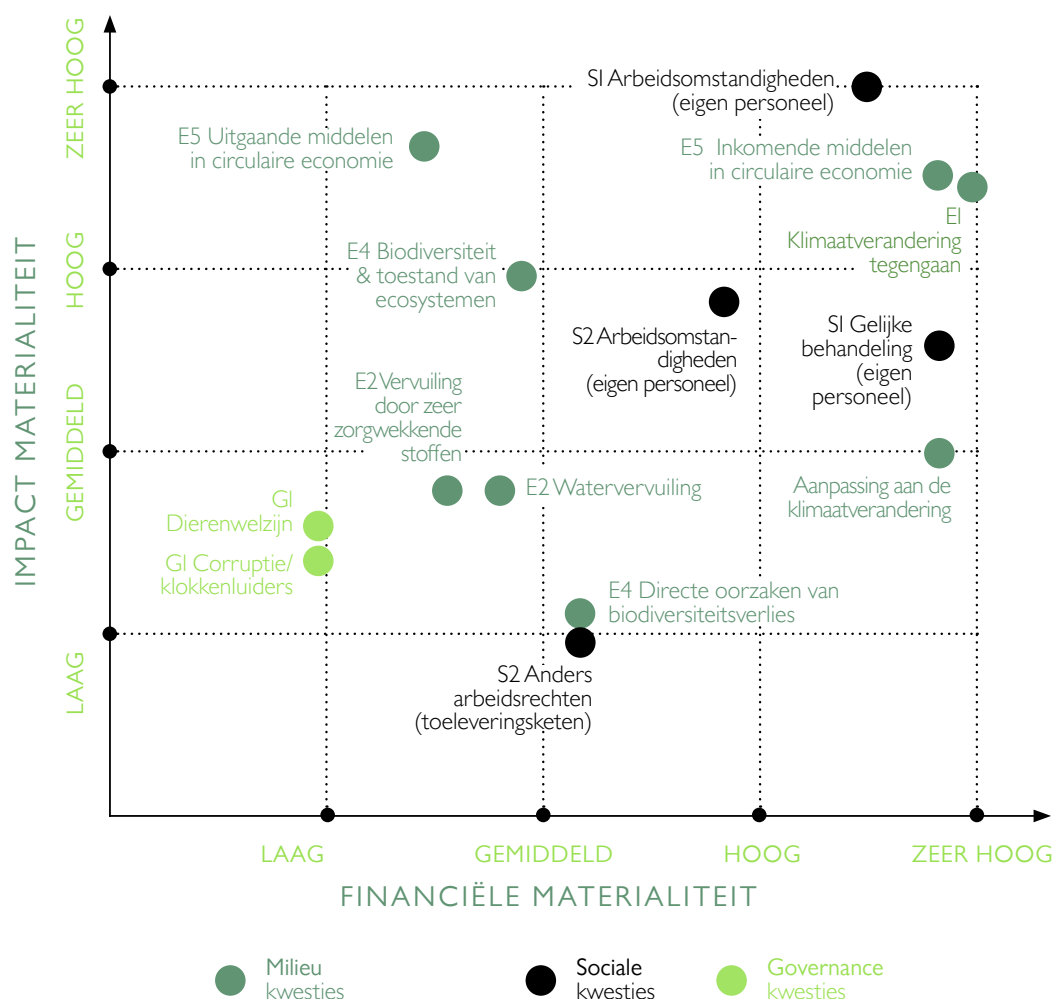
DUBBELE MATERIALITEITSMATRIX

De verwachtingen van belanghebbenden zijn een belangrijke drijfveer voor ons mvo-beleid. Ze helpen ons relevante risico's en uitdagingen tijdig te identificeren en te prioriteren, wat de effectiviteit van onze mvo-strategie versterkt.

Deze aanpak steunt op een matrix voor dubbele materialiteit - een centraal instrument voor analyse en

prioritering. In 2025 actualiseerde het Maison deze matrix om de analyse beter af te stemmen op de vereisten van de Europese CSRD-richtlijn. De CSRD steunt op het principe van dubbele materialiteit: enerzijds de impact van het bedrijf op de samenleving en het milieu, anderzijds de risico's en kansen die deze vraagstukken voor het bedrijf met zich meebrengen. Longchamp

heeft haar mvo-aandachtspunten dan ook getoetst aan de Europese ESRS-normen, om deze analyses te verankeren in de strategische planning. Deze aanpak schept duidelijkheid over de prioriteiten en versterkt de integratie van milieu-, sociale en governancekwesties in de besluitvorming van het Maison.



Niet-materiële thema's: EI Energie, E2 Luchtvervuiling, E2 Vervuiling door microplastics, E3 Aquatische en mariene hulpbronnen, E5 Circulaire economie – afval, SI Overige arbeidsrechten (eigen personeel), S2 Gelijke behandeling (toeleveringsketen), 54 Consumenteninformatie, GI Bedrijfscultuur, GI Beheer van leveranciersrelaties

De onderstaande vraagstukken en risico's komen overeen met de gebieden die uit deze analyse als meest relevant naar voren zijn gekomen.

MVO-RISICO'S EN AANDACHTSPUNTEN

De risico's en aandachtspunten in dit hoofdstuk vloeien rechtstreeks voort uit de dubbele materialiteitsmatrix. Ze geven de gebieden weer waar de activiteiten van Longchamp de grootste impact op milieu en samenleving kunnen hebben, en/of waar belangrijke risico's en kansen liggen.

Zo vormen ze de basis van het mvo-beleid en sturen ze de acties, toezeggingen en indicatoren in dit verslag.

MILIEUKWESTIES

KLIMAATVERANDERING: MITIGATIE EN ADAPTATIE

De activiteiten van Longchamp brengen broeikasgasemissies met zich mee in verschillende stadia van de productieketen, met name bij inkoop, productie en transport. Deze emissies dragen bij aan klimaatverandering en ondersteunen de noodzaak om onze CO₂-voetafdruk te verkleinen en onze werkwijzen te verduurzamen.

Klimaatverandering kan op haar beurt de productieketen verstoren, de toegang tot bepaalde materialen bemoeilijken en productieovertragingen veroorzaken. Daarnaast verhogen extremere weersomstandigheden de risico's voor de gezondheid en veiligheid van medewerkers.

CIRCULAIRE ECONOMIE

De leder- en luxesector is sterk afhankelijk van natuurlijke hulpbronnen, met milieu-impact bij de winning van grondstoffen en het afvalbeheer. De circulaire economie biedt een antwoord op de uitdagingen van klimaatveran-

dering, grondstoffen schaarste en biodiversiteitsverlies, door productontwerp, gebruik en recycling te heroverwegen.

VERVUILING

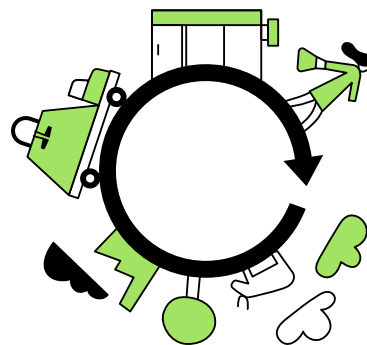
De industriële en logistieke activiteiten van Longchamp veroorzaken verschillende vormen van vervuiling, met name door het gebruik van chemicaliën, waterverbruik, productieafval en transport. Deze vervuiling tast de natuurlijke omgeving aan en heeft een negatieve impact op waterkwaliteit en ecosystemen.

Daarnaast kan vervuiling indirecte gevolgen hebben voor het bedrijf: dit verergert waterstress, draagt bij aan klimaatverandering en vergroot het risico op ongevallen en beroepsziekten voor blootgestelde medewerkers.

BIODIVERSITEIT

De biodiversiteitsrisico's voor Longchamp houden voornamelijk verband met klimaatverandering en biodiversiteitsverlies.

De activiteiten van het Maison kunnen een directe impact hebben op ecosystemen, met name door het gebruik van grondstoffen van dierlijke oorsprong. Ontbossing en habitatverlies vormen daarbij bijzondere aandachtspunten. Een verdere achteruitgang van de biodiversiteit heeft niet alleen milieugevolgen, maar bedreigt ook de natuurlijke hulpbronnen waarvan de bedrijfsvoering afhankelijk is.



SOCIALE KWESTIES

ARBEIDSSOMSTANDIGHEDEN, GEZONDHEID, VEILIGHEID, WELZIJN EN GELIJKE BEHANDELING

De bedrijfsactiviteiten van Longchamp brengen een directe verantwoordelijkheid ten opzichte van medewerkers met zich mee. Ontoereikende maatregelen op het vlak van gezondheid, veiligheid, welzijn of gelijke behandeling kunnen ernstige gevolgen hebben, zoals arbeidsongevallen, beroepsziekten en schendingen van grondrechten. Deze risico's hebben ook gevolgen voor het

Maison zelf: ze bemoeilijken de werving en het behoud van personeel, verhogen het risico op arbeidsconflicten en tasten de werkomgeving aan, met een negatieve impact op prestaties en reputatie.

WERKOMSTANDIGHEDEN EN GELIJKE BEHANDELING IN DE PRODUCTIEKETEN

De activiteiten van Longchamp kunnen ook indirect de arbeidsomstan-

digheden bij partners en leveranciers beïnvloeden. Zonder verantwoorde praktijken en toezichtmechanismen kunnen zich in de productieketen risico's voordoen op het vlak van gezondheid, veiligheid, mensenrechten en gelijke behandeling, met mogelijke arbeidsconflicten, regelgevingsovertredingen en verstoringen als gevolg.

GOVERNANCE-VRAAGSTUKKEN

DIERENWELZIJN

Het gebruik van grondstoffen van dierlijke oorsprong brengt voor Longchamp een directe verantwoordelijkheid op het gebied van dierenwelzijn met zich mee. Praktijken die niet aan de geldende normen voldoen, kunnen dieren schade berokkenen en leiden tot bezorgdheid bij klanten, ngo's en overheidsinstanties.

Ethische praktijken zijn dan ook essentieel om het vertrouwen te behouden

en reputatie- en regelgevingsrisico's te vermijden.

BEDRIJFSETHIEK, CORRUPTIEBESTRIJDING EN KLOKKENLUIDERS-MECHANISMEN

Longchamp opereert in uiteenlopende contexten en wordt daardoor blootgesteld aan risico's op het vlak van bedrijfsethiek, corruptiebestrijding

en commerciële praktijken. Zonder doeltreffend toezicht en klokkenluidersmechanismen blijven risicovolle situaties onopgemerkt, wordt het vertrouwen van belanghebbenden ondermijnd en loopt de reputatie van het bedrijf schade op. Dit is dus belangrijk om zakelijke relaties te beschermen, verantwoorde praktijken te waarborgen en het vertrouwen van alle betrokkenen te versterken.

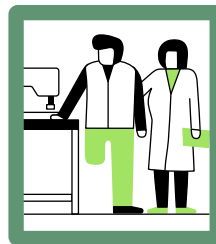
BELANGRIJKSTE ONDERWERPEN DIE IN HET VERSLAG AAN BOD KOMEN

Sociale en maatschappelijke kwesties in de dubbele materialiteitsmatrix zijn verankerd in de visie 'Longchamp Family' en komen aan bod onder de pijlers Teams en Maatschappij.

Milieukwesties (klimaatverandering, hulpbronnenbeheer, vervuiling, biodiversiteit en circulaire economie) vallen onder de visie 'Made by Longchamp' en worden uitgewerkt onder de pijlers Planeet en Expertise.

Governance vraagstukken zoals ethiek en risicobeheer zijn ondergebracht onder de pijler Governance, wat hun strategische verankering binnen het Maison weerspiegelt.

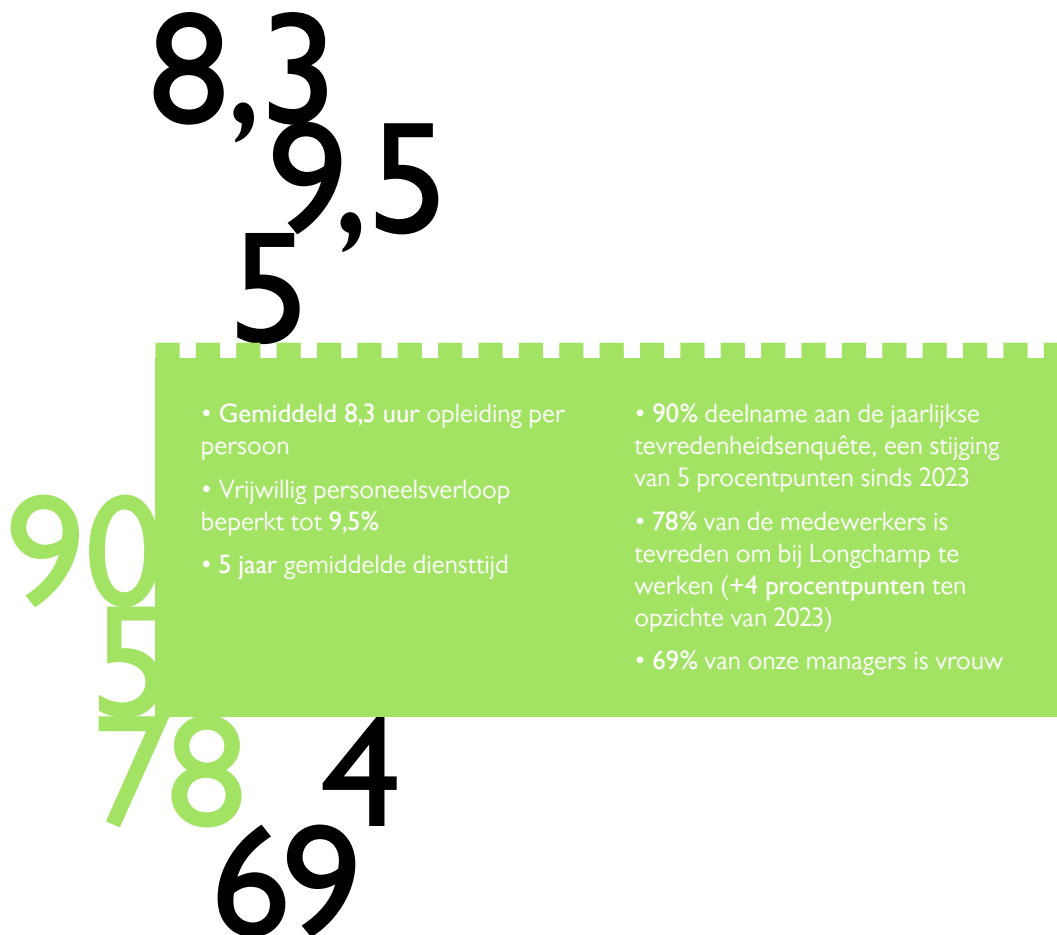
III. LONGCHAMP FAMILY



TEAMS



AL VANAF HET BEGIN LAAT LONGCHAMP zich leiden door familiewaarden en besteedt bijzondere aandacht aan medewerkers. Het Maison biedt een respectvolle en stimulerende werkomgeving waarin talent zich kan ontwikkelen. Kennisoverdracht, teambetrokkenheid en gelijke kansen, met bijzondere aandacht voor vrouwelijke managers, vormen de kern van ons HR-beleid. Concrete cijfers onderbouwen deze principes en tonen hoe we investeren in de lange termijn groei van onze teams, op basis van wederzijds vertrouwen en gedeelde verantwoordelijkheid.



EMPOWERMENT DOOR OPLEIDING EN ONTWIKKELING

Als verantwoordelijke werkgever zet Longchamp zich in voor de persoonlijke en professionele groei van haar medewerkers. We investeren in hun vaardigheden en loopbaanontwikkeling en dragen zo bij aan hun welzijn, een sleutelfactor voor duurzame teambetrokkenheid.

FINANCIËLE ONAFHANKELIJKHEID STEUNEN VIA HET SALARISBELEID

In 2025 analyseerde Longchamp de mediane salarissen per land om de loonniveaus af te stemmen op de lokale markt en de verantwoordelijkheden per functie. Deze analyse waarborgt zowel de concurrentiepositie van lonen als de interne consistentie van de salarisschalen. Naast loon streeft het bedrijf naar een cultuur van rechtvaardigheid en erkenning. Duidelijke promotiecriteria en een consistente loopbaanpolitiek

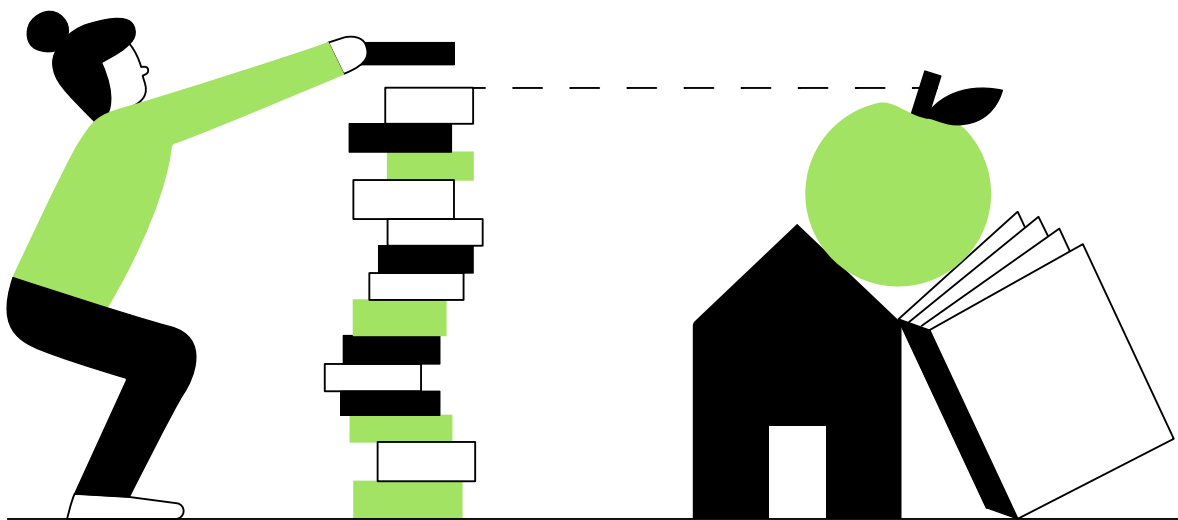
versterken het vertrouwen en de autonomie van medewerkers.

DISCRIMINATIE BESTRIJDEN DOOR MIDDEL VAN TRAINING

Longchamp is actief in 27 landen en opereert daardoor in diverse culturele, sociale en regelgevende omgevingen. Diversiteit is een drijvende kracht achter collectieve prestaties en innovatie, mits deze gepaard gaat met inclusieve en rechtvaardige praktijken. In 2025 zette het Maison de uitrol van opleidingsprogramma's op het gebied van

diversiteit, gelijkheid en inclusie (DEI) voort. Deze sessies richten zich op onbewuste vooroordelen, discriminatiepreventie en inclusief leiderschap, met bijzondere aandacht voor managers

Het DEI-beleid steunt op vier pijlers: gelijke kansen, discriminatiepreventie, waardering van culturele, generatie- en genderdiversiteit, en ondersteuning van managers bij inclusief leiderschap. Het doel is een gedeelde cultuur van respect, gelijkheid en verantwoordelijkheid.



GELIJKE KANSEN WAARBORGEN

Longchamp streeft naar inclusie, waardeert diversiteit en bestrijdt alle vormen van discriminatie. We willen de persoonlijke groei en empowerment van onze medewerkers stimuleren door samen te werken en respect te tonen voor de integriteit en vrijheid van iedereen.

STEUN AAN MENSEN MET EEN BEPERKING

Longchamp hanteert een gestructureerde aanpak voor de inclusie van mensen met een beperking, zowel intern als via partnerschappen met gespecialiseerde organisaties. In 2025 werden verschillende concrete initiatieven uitgerold. Zo nam Longchamp opnieuw deel aan DuoDay, waarbij zeven medewerkers werden gekoppeld aan een persoon met een beperking om hen te begeleiden bij loopbaanverkenning en professionele ontwikkeling.



Longchamp werkt regelmatig samen met ESAT's (instelling voor begeleid werk) en andere inclusieve bedrijven, zoals Cap Anjou Bleu in Noyant-la-Gravoyère. Zo organiseerde het Maison een inclusieworkshop van vier weken met het team van de online winkel, rond het inpakken van cadeaus in de aanloop naar de feestdagen. Andere taken, zoals archiveren en labelen, worden toevertrouwd aan inclusieve organisaties.

Sinds 2025 werkt Longchamp samen met AMIPI, een inclusief bedrijf in Cholet. De samenwerking begon met de productie van sleutelhangers en leren accessoires, en breidde zich geleidelijk uit naar de ontwikkeling van een lijn mesh-tassen. Zo leidt

Longchamp de teams op en bouwt stap voor stap aan een duurzaam partnerschap.

Deze samenwerkingen dragen bij aan kennisoverdracht én professionele inclusie, en zijn inmiddels volledig geïntegreerd in de werkwijze van het Maison.

Op het Parijse hoofdkantoor leidde dit tot zes informatiesessies over beperkingen, een conferentie van twee uur over psychologische veiligheid en een training van 14 uur in eerste hulp bij psychische problemen.

GENDERGELIJKHEID STIMULEREN

Gendergelijkheid is een kernwaarde voor Longchamp, verankerd in onze waarden van verantwoordelijkheid en eerlijkheid. Salaris, loopbaanontwikkeling en toegang tot leidinggevende functies zijn gebaseerd op vaardigheden en prestaties, bewaakt via specifieke indicatoren en regelmatige monitoring.

De Franse gendergelijkheidsindex meet de volgende criteria: loonverschillen, individuele verhogingen, promotieongelijkheid, terugkeer na zwangerschapsverlof en vrouwelijke vertegenwoordiging in de hoogste inkomensgroep.

In 2025 behaalde het Parijse hoofdkantoor een score van 92/100 op deze index, met sterke resultaten voor individuele loonsverhogingen, terugkeer na zwangerschapsverlof en vrouwelijke vertegenwoordiging aan de top. De promotie-indicator toonde een tijdelijke daling en wordt nu nauwlettend opgevolgd.

De Franse winkels behaalden 89/100, een stijging van 10 punten ten opzichte van 2024, dankzij een herstel van de promotie-indicator, die nu op het hoogste niveau staat. Ook de gelijkheid bij loonsverhogingen en terugkeer na zwangerschapsverlof werd bevestigd. Deze resultaten weerspiegelen de corrigerende maatregelen van de afgelopen jaren en de blijvende focus op gelijke loopbaantrajecten. Longchamp zet haar inspanningen voort om hoge normen te handhaven

en de vertegenwoordiging van vrouwen op alle niveaus te versterken via lokale initiatieven die individuele groei stimuleren, verantwoordelijkheid aanmoedigen en de bijdragen van vrouwen zichtbaar maken.

In 2025 ontving Longchamp de Gouden Trofee bij de *Victoires du Capital Humain*-awards voor ons WOMEN-programma, een initiatief dat werd gelanceerd door de HR-teams op onze industriële vestiging in Segré.

Bérénice Aubert, HR Development Manager voor de afdeling Industrie, vertelt ons over deze onderscheiding.

Wat betekent deze Gouden Trofee voor u en uw team?

Deze onderscheiding erkent onze inspanningen en de sterke betrokkenheid van Longchamp bij deze belangrijke kwesties. Het WOMEN-programma liep anderhalf jaar en steunde op de inzet van velen. We zijn trots dat dit werk ook buiten onze organisatie erkenning krijgt. De

III. LONGCHAMP FAMILY

prijs vergroot onze zichtbaarheid, geeft ons nieuwe energie en inspireert hopelijk andere bedrijven om vooruitgang te boeken met deze essentiële thema's.

Kunt u het WOMEN-programma kort toelichten?

Het WOMEN-programma werd in 2023 gelanceerd binnen de Franse industriële activiteiten van Longchamp en weerspiegelt de sterke betrokkenheid van het bedrijf bij gelijkheid en het welzijn van vrouwelijke medewerkers. Het programma rust op vier pijlers: ondersteuning bij ouderschap, de strijd tegen borstkanker, de preventie van seksistisch gedrag en hulp aan slachtoffers van huiselijk geweld. Dit programma stimuleert alle teams op een inclusieve en duurzame manier met concrete, zinvolle acties.

Welke concrete acties zijn er geïmplementeerd?

Het programma omvat trainingen over seksistisch gedrag en seksueel geweld, bewustmakingscampagnes rond borstkanker, workshops over ouderschap en de inrichting

van borstvoedingsruimtes, en een ondersteuningssysteem voor slachtoffers van huiselijk geweld, met noodopvang, psychologische hulp en juridische bijstand.

Welke zichtbare veranderingen heeft u waargenomen sinds de lancering van het programma?

Het programma heeft een tastbare impact gehad en levens binnen onze organisatie werkelijk veranderd, met name op het vlak van borstkankerpreventie en de strijd tegen huiselijk geweld, waar we mensen in nood concrete ondersteuning hebben geboden.

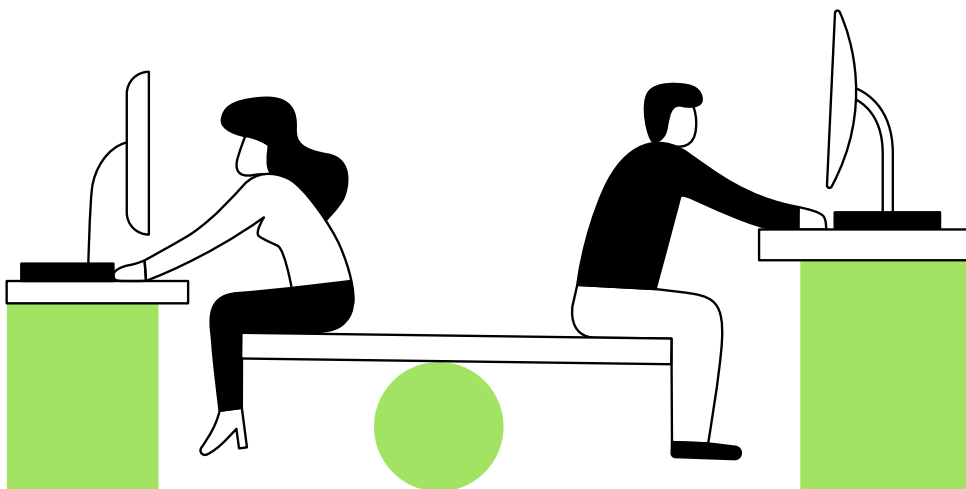
Daarnaast helpt het attitudes te veranderen en taboes te doorbreken rond essentiële onderwerpen op de werkvloer. We zien ook een sterke betrokkenheid van zowel managers als medewerkers: iedereen steunt het programma en werkt mee aan verandering.

Wat zijn de volgende stappen?

We gaan door met onze initiatieven op de vier belangrijkste gebieden die we voor onze industriële activiteiten in Frankrijk hebben vastgesteld,

terwijl we de uitrol in Mauritius en Tunesië verder uitbreiden. Initiatieven met betrekking tot borstkanker zijn al goed ingeburgerd, en we streven ernaar om de belangrijkste momenten elk jaar voor de andere drie thema's te versterken.

We willen dit programma uitbreiden naar alle landen waar Longchamp actief is, om vrouwelijke medewerkers concrete ondersteuning te bieden bij kwesties die vrouwen wereldwijd aangaan.



ZORG VOOR ANDEREN

ACTIEF LUISTEREN ALS FUNDAMENT VOOR VERTROUWEN

In 2025 nam 90% van de medewerkers deel aan het wereldwijde betrokkenheidsonderzoek 'Inside Longchamp' (3.351 respondenten), een duidelijk signaal van vertrouwen in de aanpak van het Maison op het vlak van feedback en dialoog. De betrokkenheidsscore steeg naar 78%, ruim boven de industriënormen, en weerspiegelt de sterke band tussen onze teams en het bedrijf.

Bijna 8 op de 10 medewerkers zijn tevreden met hun werk, bevelen Longchamp aan als werkgever en zijn trots er deel van uit te maken. De meerderheid begrijpt de strategische koers, voelt zich verbonden met de doelstellingen en ervaart een zinvolle bijdrage aan het collectieve succes.

Dat vertrouwen vertaalt zich ook in loyaliteit: 88% van de medewerkers is niet van plan het bedrijf binnen de komende 12 maanden te verlaten, een belangrijke troef voor het behoud van expertise en uitmuntendheid.

Uit de analyse komen drie factoren naar voren die de betrokkenheid stimuleren: ontwikkelingsmogelijkheden, erkenning en eerlijke lonen. Op basis daarvan heeft Longchamp een wereldwijd actieplan uitgewerkt.

Dat wordt lokaal vertaald in onze 26 landen, afgestemd op de specifieke verwachtingen van de teams.

Deze resultaten getuigen van een collectieve dynamiek en een gedeelde toewijding aan waarden, de ware drijfveren achter duurzame prestaties.

EEN KADER VAN VERTROUWEN VOOR MELDINGEN EN BESCHERMING

Om een veilige en respectvolle werkomgeving te waarborgen, heeft Longchamp een ethische hotline opgezet die toegankelijk is voor alle medewerkers en belanghebbers. Dit systeem helpt gedrag te voorkomen dat indruist tegen de waarden en integriteit van het Maison en beschermt tevens de fundamentele rechten van iedereen die betrokken is.

Sinds januari 2025 kunnen medewerkers via dit kanaal gevoelige of delicate situaties melden.

Het platform is beveiligd en garandeert anonimiteit, vertrouwelijkheid en de bescherming van zowel slachtoffers als klokkenluiders. Deze externe tool versterkt het vertrouwen en moedigt mensen aan hun zorgen in een onpartijdige omgeving te uiten.

Meldingen worden behandeld door een ethische commissie van acht medewerkers uit verschillende afdelingen, wat een collectieve, onafhankelijke en objectieve beoordeling waarborgt. Zaken worden onderzocht in samenwerking met lokale teams, zodat ethische principes consistent worden toegepast.

Meer dan een nalevingsinstrument is dit mechanisme een echt preventiemiddel: het maakt vroegtijdige detectie mogelijk, ondersteunt corrigerende maatregelen en helpt interne praktijken bij te sturen. Het Maison bevestigt hiermee opnieuw dat de bescherming van medewerkers, een luisterende cultuur en wederzijds respect de kern vormen van wie we zijn.

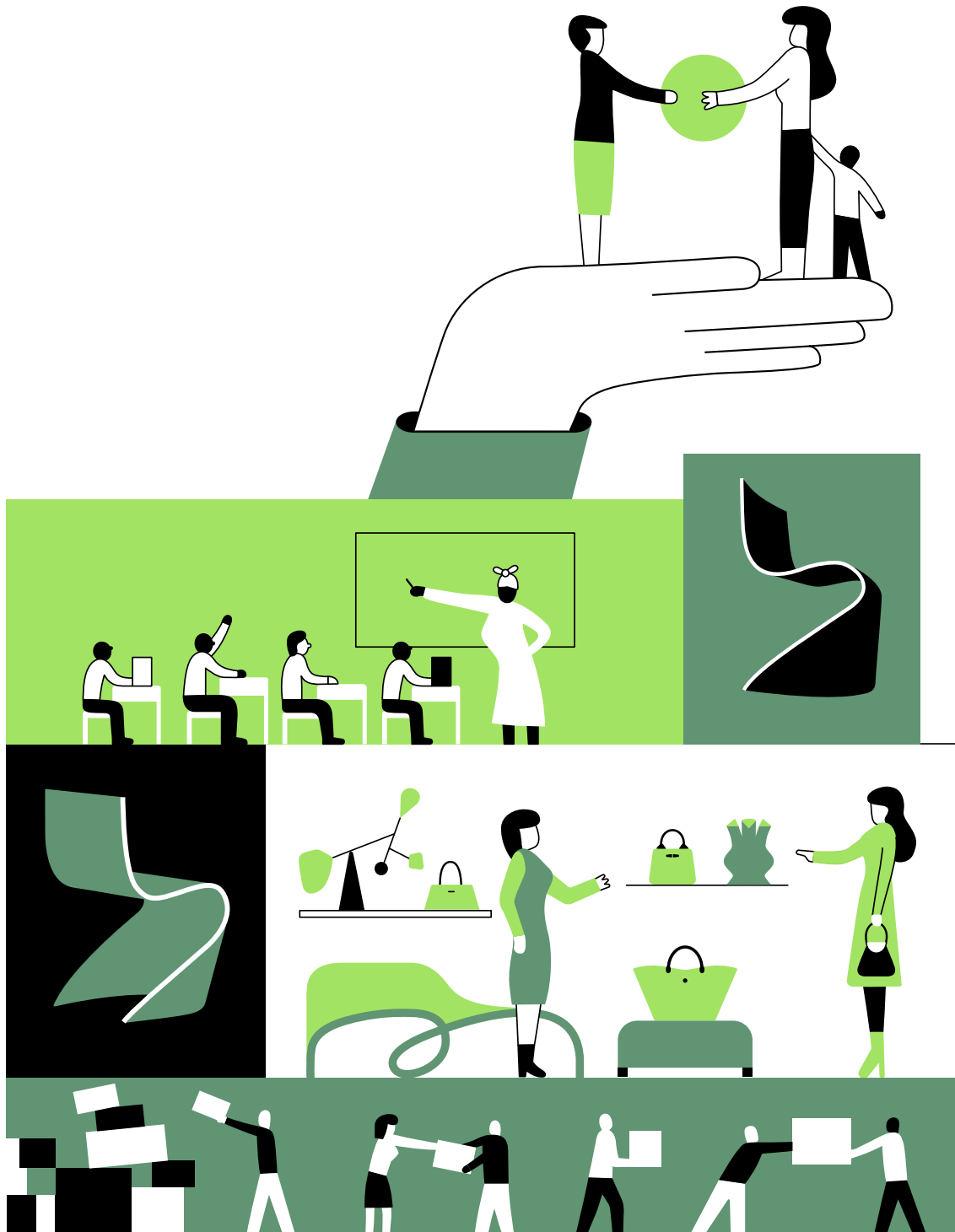
MAANDEN VAN DE KANKERBEWUSTWORDING: GEZAMENLIJKE INZET VOOR KANKERPREVENTIE

In oktober 2025 zetten Longchamp en haar dochterondernemingen zich in voor de preventie van borstkanker. De initiatieven waren afgestemd op de lokale context, maar steunden op gemeenschappelijke principes van preventie, voorlichting en solidariteit.

In de meeste landen werden conferenties geleid door zorgprofessionals, webinars, workshops over zelfonderzoek en screeningprogramma's ter plaatse georganiseerd om de toegang tot informatie te vergroten en bewustzijn te creëren. Maar de maand ging verder dan voorlichting alleen. Wandeluitdagingen gaven gestalte aan een sterke collectieve mobilisatie en bevorderden de teamgeest en solidariteit.

Voortbouwend op dit momentum richtte het bedrijf zich in november 2025 op de gezondheid van mannen, met initiatieven die taboes rond prostaat- en zaadbalkanker willen doorbreken en vroegtijdige opsporing bevorderen. Op industriële locaties werden persoonlijke informatiesessies gehouden, ondersteund door gerichte communicatie. Deze initiatieven onderstrepen het engagement van Longchamp om van gezondheid een collectieve en duurzame prioriteit te maken, ten dienste van het welzijn van iedereen.

ROL IN DE SAMENLEVING



HET MAATSCHAPPELIJK ENGAGEMENT VAN LONGCHAMP is geworteld in onze geschiedenis en waarden: gemeenschappen ondersteunen, creativiteit stimuleren en cultuur in al haar vormen koesteren. Via liefdadigheidsinitiatieven, duurzame partnerschappen en maatschappelijk verantwoorde artistieke projecten zet het Maison concrete stappen om een positieve menselijke en culturele impact te bewerkstelligen.

In 2025 vertaalde deze toewijding zich in de actieve betrokkenheid van medewerkers, steun voor liefdadigheidsinitiatieven en de ondersteuning van creatief talent, een bevestiging van de ambitie van Longchamp om een blijvende sociale impact na te laten.



ONDERSTEUNING VAN ONZE GEMEENSCHAPPEN

De maatschappelijke betrokkenheid van Longchamp uit zich zowel in de inzet van medewerkers als in de steun aan externe liefdadigheidsinitiatieven. Via het Ride 4 Good-programma moedigt het Maison medewerkers aan om lokale organisaties te steunen, door vrijwilligerswerk, donaties of allebei. Daarnaast blijft Longchamp organisaties steunen die zich inzetten voor de positie van vrouwen, zoals ANAKA, waarvan het werk volledig aansluit bij de waarden van het bedrijf. Beide strategieën komen voort uit dezelfde ambitie: een positieve bijdrage leveren aan de gemeenschappen om ons heen.

LOKALE GEMEENSCHAPPEN STEUNEN: HET RIDE 4 GOOD-PROGRAMMA

Het Ride 4 Good-programma ging in januari 2025 officieel van start en is een centrale pijler van het maatschappelijk engagement van Longchamp. Het programma is opgezet als een gestructureerd initiatief en biedt medewerkers de mogelijkheid om een of meer organisaties naar keuze te steunen.

Via Ride 4 Good zet het Maison maatschappelijke betrokkenheid om in actie - met donaties die Longchamp verdubbelt, en een extra betaalde vrije dag voor medewerkers die vrijwilligerswerk willen doen.

Ride 4 Good gaat verder dan maatschappelijke impact: het biedt medewerkers zinvolle kansen om bij te dragen, opent deuren naar andere perspectieven, en versterkt de verbondenheid binnen teams.

Helena Damasse, mvo-projectmanager, legt ons dit programma uit

Waarom is het Ride 4 Good-programma in eerste instantie opgezet?

Achter Ride 4 Good schuilt een dubbele ambitie: Enerzijds: organisaties steunen die dagelijks werken aan sociale, ecologische of maatschappelijke uitdagingen, vaak

met weinig middelen, maar met grote gedrevenheid. Anderzijds: medewerkers de kans geven om betrokken te zijn, nieuwe ervaringen op te doen en betekenis te vinden in hun werk.

Het programma sluit aan bij bestaande initiatieven van lokale actoren die de lokale behoeften kennen en biedt hun wat ze het meest nodig hebben: financiering, tijd en menselijke energie. Ride 4 Good biedt een concreet kader dat zowel organisaties als teams ondersteunt.

Het programma geeft vorm aan onze toewijding om iets terug te doen voor de lokale gemeenschappen waar Longchamp actief is, via acties die aansluiten bij onze waarden en mvo-ambities.

Wat biedt Ride 4 Good precies aan de partnerorganisaties en teams van Longchamp?

Het programma ondersteunt organisaties op twee manieren: financieel, via medewerker donaties die Longchamp verdubbelt, en menselijk, via vrijwilligerswerk dat voorziet in concrete behoeften op het terrein.

Zo kunnen medewerkers die dat willen hun tijd en energie steken in doelen die hen écht raken. Wereldwijd werden in 2025 al meer dan 570 organisaties ondersteund,

elk op hun eigen manier, volgens hun eigen behoeften.

Ride 4 Good geeft medewerkers de vrijheid om zich in te zetten op een manier die bij hen past: hun interesses, hun overtuigingen, hun tempo. Maar het programma gaat verder dan engagement alleen. Het is ook een kans om nieuwe sociale realiteiten te ontdekken, over afdelingen heen samen te werken en soms buiten het vertrouwde kader te stappen. Het resultaat: een rijkere werknemerservaring en een sterker gevoel van zingeving en verbondenheid.

Hoe werkt Ride 4 Good als afdeling overschrijdend programma?

Ride 4 Good verenigt mensen uit het hele bedrijf. Het brengt mensen samen die elkaar in het dagelijkse werk misschien nooit tegenkomen: mvo-, HR-, communicatie-, finance-, IT- en salesteam, maar ook betrokken medewerkers uit de meest uiteenlopende hoeken van het bedrijf.

Precies die mix van profielen en expertise maakt het programma zo krachtig en zinvol. Deze personen zijn de lokale ankerpunten van het programma. Ze promoten initiatieven, ondersteunen medewerkers en stemmen het programma af op de culturele en operationele realiteit van hun regio. Vaak zijn het mensen

die al op andere manieren betrokken zijn, deze rol is een erkenning van die inzet, en geeft hun de kans om die binnen het bedrijf concreet vorm te geven. Zo slaan zij de brug tussen de globale visie van het programma en de concrete behoeften op het terrein.

Welke conclusies trekt u uit het jaar 2025?

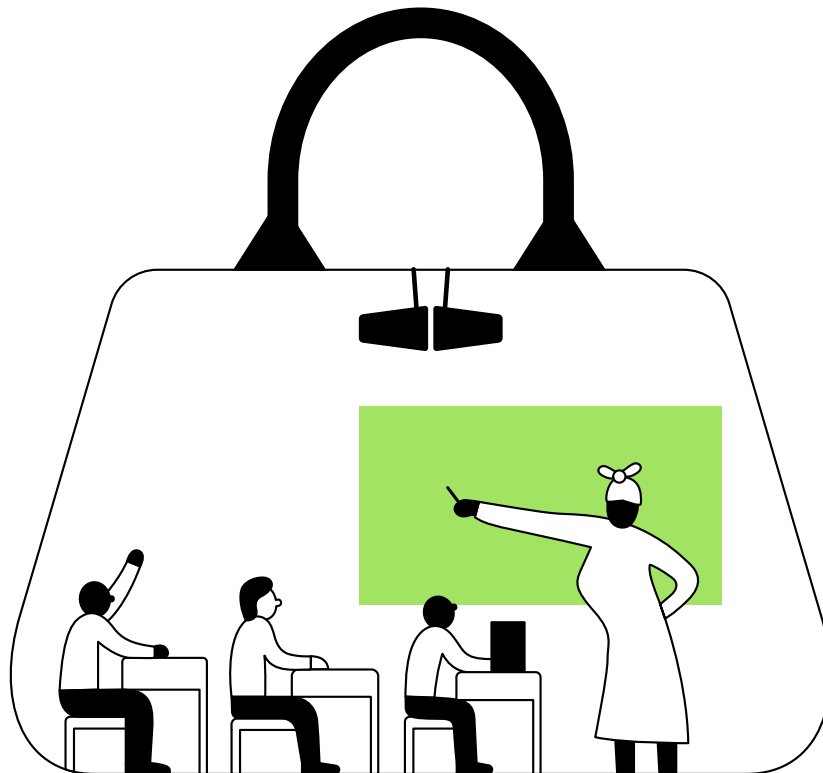
2025 was een bevestiging. Bijna 1900 medewerkers schreven zich in en meer dan 60% nam actief deel, via een donatie, vrijwilligerswerk of allebei.

Voorbij de cijfers toonde dit eerste jaar iets belangrijks: er bestaat een

oprechte gedrevenheid om bij te dragen, zodra mensen daarvoor de ruimte krijgen.

Wat zijn de prioriteiten voor de toekomst?

De volgende stappen bouwen voort op het momentum van 2025: Het vrijwilligersprogramma toegankelijker maken, impactvoller en steviger lokaal verankerd. De ambitie is duidelijk: opschalen en van Ride 4 Good een collectief programma maken dat lokale gemeenschappen écht vooruithelpt en teambetrokkenheid versterkt.



III. LONGCHAMP FAMILY

LOKALE GEMEENSCHAPPEN STEUNEN: DE SAMENWERKING MET ANAKA IN MADAGASCAR

Longchamp ondersteunt initiatieven die duurzaam bijdragen aan de lokale gemeenschappen waar we actief zijn. Dat gebeurt onder meer via partnerschappen met organisaties die werken aan de empowerment van vrouwen, traditionele vaardigheden doorgeven en economische kansen creëren.

In Madagaskar krijgt dit concreet vorm via LANA L'ATELIER, een maatschappelijk verantwoorde ambachtelijke werkplaats waarmee Longchamp in 2023 een partnerschap aanging en die de activiteiten van Ngo Anaka ondersteunt. Dit partnerschap is gebouwd op een langdurige relatie en stelt het Maison in staat het project duurzaam te ondersteunen.

Dat gebeurt via rechtstreekse bestellingen bij de werkplaatsen van ANAKA, waardoor ambachtslieden kunnen rekenen op regelmatig werk en een stabiel inkomen. Het resultaat: meer dan 94 vrouwen hebben toegang tot zinvol werk en meer dan 60 kinderen gaan naar school, krijgen te eten en worden verzorgd.

*'Talent is overal.
Kansen niet.'*

LANA L'ATELIER, opgericht door Narindra Robin, combineert geavanceerde ambachtelijke opleiding met creativiteit en sociale impact op lange termijn. Het gratis opleidingsprogramma is intensief en veeleisend, en richt zich op vrouwen en mannen uit kansarme milieus. Het doel: solide, overdraagbare vaardigheden bijbrengen die blijvende waarde

hebben en tegelijk economische onafhankelijkheid, zelfvertrouwen en professionele integratie bevorderen.

Via haar bestellingen geeft Longchamp vorm aan stukken die het lokale vakmanschap en de rijkdom van natuurlijke materialen viert. In 2024 resulteerde deze samenwerking in de creatie van Le Pliage Filet-tassen van raffia en een strohoed, volledig met de hand gehaakt van natuurlijke vezels van een palmboom die endemisch is voor Madagaskar. Vervaardigd in de ateliers van ANAKA, belichamen deze creaties de verbinding tussen traditioneel vakmanschap, maatschappelijke betrokkenheid en de duurzaamheidsvisie van Longchamp.

Interview met Narindra Robin, oprichter en directeur van LANA en ANAKA

'Ik ben altijd van één ding overtuigd geweest: talent is overal, kansen niet. Vrouwen en mannen in Madagaskar hebben buitengewone kracht, handvaardigheid en gedrevenheid. Wat ze missen is geen wilskracht, maar toegang.

Toen ik LANA L'ATELIER oprichtte, zocht ik geen cv's of diploma's, of een perfecte achtergrond. Ik zocht mensen die willen vechten, die bereid zijn te leren, zichzelf uit te dagen en

iets op te bouwen, voor zichzelf en hun gezin.

De opleiding die we hier aanbieden is uniek. Die is gratis, langdurig en veeleisend, met technieken in leer, natuurlijke vezels en hoogwaardig vakmanschap dat je nergens anders in Madagaskar vindt en in Europa alleen tegen een hoge prijs.

Twee jaar lang hebben we alles gedeeld: mijn kennis, die van Europese consultants die de werkplaats regelmatig bezoeken, hun methoden, hun normen en de internationale vereisten. Geen geheimen.

Geen grenzen. Bij LANA is kennis niet iets om te bewaken, het wordt gedeeld.

Volgens de gangbare normen waren deze mensen niet 'voorbested' voor deze beroepen. Maar ze hadden iets sterkers: moed, doorzettingsvermogen en karakter. Onze rol was simpel: hen erkennen, vertrouwen, en helpen worden wie ze altijd al konden zijn.'

Kansen die mogelijk worden gemaakt door opleiding en mentorschap

De vrouwen die vandaag bij LANA L'ATELIER werken, zijn het levende bewijs van dit model, dat is gebaseerd

op toegankelijkheid, opleiding en vertrouwen. Hun verhalen tonen wat mogelijk is wanneer veeleisendheid en ondersteuning hand in hand gaan en iedereen de ruimte krijgt om in een eigen tempo te groeien.

Olivia Fleurette Raharinirina – ateliermanager

Olivia, die al op zeer jonge leeftijd wees werd en voor haar halfzus moest zorgen, kwam bij LANA werken als assistente. Dankzij haar toewijding en vastberadenheid maakte ze snel carrière. Drie jaar later werd ze ateliermanager.

'Zonder LANA L'ATELIER had ik dit niveau nooit kunnen bereiken. Normaal gaan die functies naar buitenlanders. Maar ik kreeg een kans.'

Herifitahina Raharimino – productiemanager

Met een middelbareschooldiploma maar zonder toegang tot grote bedrijven kwam Herifitahina bij LANA werken als haakster. Ze leerde stap voor stap alle vakgebieden van het atelier kennen en klom uiteindelijk op naar haar huidige functie als productiemanager.

'Dankzij mijn motivatie heb ik een positie bereikt die ik nooit voor mogelijk had gehouden.'

Pierrette Rahanitriniaina – productiemanager

Vóór LANA had Pierrette nog nooit gewerkt. Als huisvrouw zonder praktische ervaring of vertrouwen in haar eigen kunnen ontdekte ze het vakmanschap in het atelier. Nu beheerst ze alle haaktechnieken en is ze productiemanager.

'Ondanks mijn leeftijd heb ik hier alles geleerd.'

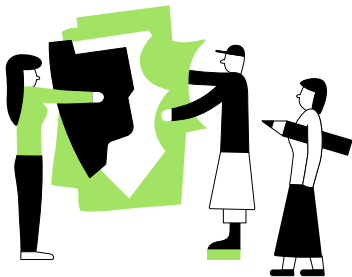


CREATIVITEIT STEUNEN

De maatschappelijke betrokkenheid van Longchamp gaat verder dan liefdadigheid, het Maison investeert actief in creativiteit. Vanuit de overtuiging dat mode, design en kunst essentiële culturele en economische krachten zijn, steunt Longchamp zowel opkomend als gevestigd talent en bevordert de toegang tot middelen. Creativiteit steunen betekent bijdragen aan de vitaliteit van kunst, innovatie stimuleren en een levend cultureel erfgoed doorgeven.

RE-PLAY – EEN PROGRAMMA DAT OPKOMENDE CREATIVITEIT STEUNT

Gelanceerd in 2019, is Re-Play de vertaling van Longchamps geloof in verantwoorde en circulaire creativiteit. Het doel: opkomende ontwerpers krijgen toegang tot de ongebruikte voorraden van het Maison, leer, nylon en andere materialen, en maken daar unieke stukken of limited editions van.



Re-Play is ontworpen als tool om opkomende designers te steunen: het combineert ambachtelijke expertise, creativiteit en een verminderde impact op het milieu. De beschikbaarheid van materialen bepaalt het ontwerp, waardoor

elke creatie haar eigen verhaal vertelt en diepgeworteld is in een filosofie van hergebruik. Sinds de start profiteerden meer dan 30 opkomende talenten van dit initiatief, met meer ondersteuning en zichtbaarheid voor hun werk.

ANDAM – STEUN AAN DE MODETALENTEN VAN MORGEN

Re-Play maakt deel uit van Longchamps jarenlange steun aan ANDAM (Nationale Vereniging voor de Ontwikkeling van de Modekunsten), waar het Maison sinds 2004 lid is van de jury. Via dit programma ondersteunt Longchamp een designvisie geworteld in innovatie, mentorschap en verantwoordelijkheid. Het is een van de meest erkende initiatieven ter wereld om jonge modeontwerpers te steunen. In 2025 won Sarah Levy de Fashion Accessories Prize: een beurs van 100.000 euro én een jaar lang persoonlijke begeleiding door Sophie Delafontaine, artistiek directeur van het merk.

LA MAISON UNIQUE, EEN FLAGSHIPSTORE GEWIJD AAN CREATIVITEIT

Longchamp beschouwt haar winkels als meer dan verkooppunten. Het zijn ruimtes voor artistieke expressie en culturele dialoog. La Maison Unique, de flagshipstore in SoHo, New York, werd in 2025 herontworpen door Thomas Heatherwick, die meer dan twintig jaar geleden ook de eerste winkel van Longchamp op deze locatie creëerde.

De winkel belichaamt deze visie door architectuur en design samen te brengen in een meeslepende ervaring. Kunstinstallaties en op maat gemaakt meubilair zetten materialen en savoir-faire in de kijker en zorgen ervoor dat elk bezoek anders aanvoelt.

La Maison Unique is zo meer dan een winkel: een plek waar disciplines elkaar kruisen, kunstenaars en makers zich kunnen uiten, en cultuur een thuis vindt in het hart van de stad.

KUNSTENAARS STEUNEN EN CREATIVITEIT STIMULEREN

Het maatschappelijk engagement van Longchamp komt ook tot uiting in artistieke samenwerkingen die fungeren als bruggen tussen ambacht, hedendaagse creatie en culturele verspreiding. De kunstenaars die in 2025 in de schijnwerpers stonden, weerspiegelen verschillende facetten van dit engagement: het ondersteunen van opkomend talent, het bevorderen van de dialoog tussen ambacht en design, en het bewaren van artistiek erfgoed. Met Constantin Riant ondersteunt het Maison opkomende kunstenaars en vergroot hun internationale bereik. Met Pierre Renart verkent het de kruising tussen traditioneel ambacht en hedendaags design. Ten slotte bevestigt Longchamp, door hulde te brengen aan Geneviève Claisse, haar rol als cultureel ambassadeur en draagt bij aan de overdracht van een belangrijk oeuvre uit de Franse abstracte kunst.

EEN NIEUWE GENERATIE PARIJSE KUNSTENAARS PODIUM BIEDEN MET CONSTANTIN RIAANT

In 2025 eerde Longchamp de jonge Parijse kunstenaar Constantin Riant met een internationale campagne en een exclusieve capsulecollectie. Zijn werk, geïnspireerd door het culturele en ambachtelijke leven van Parijs, kenmerkt zich door een palet van kobaltblauw en porseleinwit dat de architectuur en traditionele ambachten van de hoofdstad weerspiegelt. Voor de herfstcollectie 2025 ontwierp hij een capsulecollectie die de band tussen creativiteit en vakmanschap viert.



De samenwerking gaf zijn stijl een wereldwijd podium. Zo ondersteunt Longchamp opkomend talent en brengt hedendaagse creaties bij een internationaal publiek, kunst als middel voor dialoog en overdracht.

PIERRE RENART: MEUBELS ALS KUNSTWERK

Voor de Meubelbeurs van Milaan 2025 werkte Longchamp samen met Pierre Renart, een gerenommeerd ontwerper en meubelmaker, voor een exclusieve collectie bestaande uit een bank en acht stoelen. Deze stukken, ontworpen als functionele kunstwerken, benadrukken het samenspel tussen hout en leer, twee materialen die symbool staan voor vakmanschap. Hun vloeiende, organische lijnen getuigen van een diepgaande verkenning van vorm en opmerkelijk technisch meesterschap. Deze samenwerking illustreert Longchamps toewijding aan het snijvlak van design, kunst en vakmanschap, en haar engagement voor gevestigde makers die de grenzen van hun métier blijven verleggen.

HET ARTISTIEKE ERFGOED VAN GENEVIÈVE CLAISSE DELEN

In 2025 bracht Longchamp een eerbetoon aan Geneviève Claisse, een vooraanstaande figuur in de Franse geometrische abstractie, via de wenskaart voor 2026. Het werk van Claisse, geworteld in precisie, kleur en vormelijk evenwicht, werd onder de aandacht gebracht via een speciale website en een tentoonstelling die begin januari 2026 werd gehouden in de flagshipstore in Parijs. Door de kunstenaar postuum te eren, bevestigt Longchamp haar engagement voor artistieke creatie en het levend houden van cultureel erfgoed. Het Maison bevestigt zo haar rol als culturele bemiddelaar en brengt het werk van invloedrijke kunstenaars dichterbij een breed publiek.

IV. MADE BY LONGCHAMP



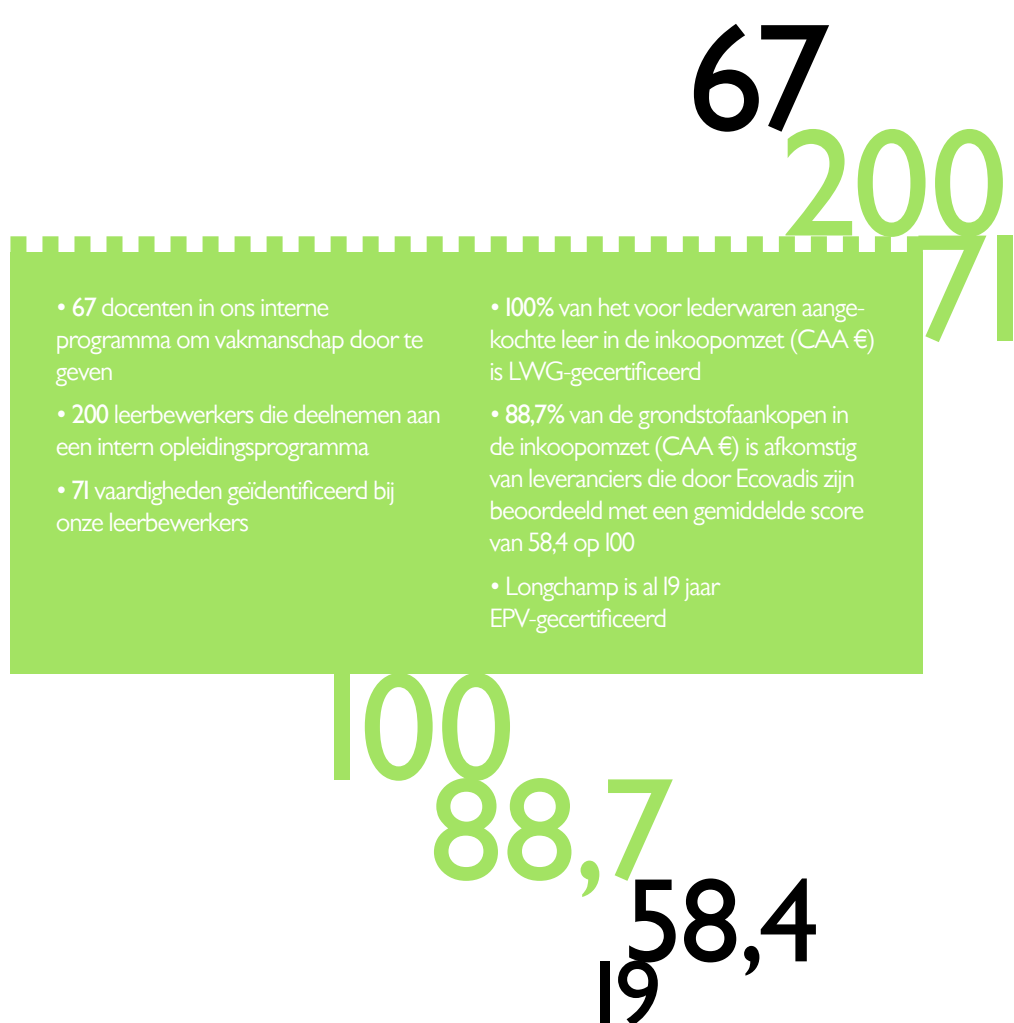
SAVOIR-FAIRE



BIJ LONGCHAMP VORMT AMBACHTELIJKE KNOWHOW

al lang een hoeksteen van het Maison. Dit vakmanschap, van generatie op generatie doorgegeven, wordt vandaag verrijkt met nieuwe tools, verantwoorde werkwijzen en technologische innovaties, in een voortdurend streven naar kwaliteit, efficiëntie en een kleinere milieu-impact.

In 2025 bleef Longchamp haar ateliers en productieketens transformeren rond drie doelstellingen: traditionele ambachten doorgeven en valoriseren, ecodesign in elke stap van het proces integreren en transparantie in de productieketen vergroten.



VAKMANSCHAP OVERDRAGEN EN VERRIJKEN IN ONZE ATELIERS

Vaardigheden en knowhow doorgeven staat centraal binnen de cultuur van Longchamp. Dit uit zich in de erkenning van ambachtelijke vaardigheden, stimulering van interne loopbaantrajecten en aandacht voor teams.

OVERDRACHT VAN KNOWHOW

Het Maison zet zich in om ambachtelijke expertise, met name op het gebied van lederwaren, te behouden en door te geven, door een aanzienlijk deel van de productie in eigen beheer uit te voeren. Anders dan veel andere spelers in de sector beschikt Longchamp over eigen productiewerkplaatsen, voornamelijk in Frankrijk, om kwaliteit, traceerbaarheid en het voortbestaan van ambachtelijke technieken op lange termijn te waarborgen.

Deze toewijding wordt erkend door het label *Entreprise du Patrimoine Vivant* (EPV), dat de Franse overheid toekent aan bedrijven met uitzonderlijke ambachtelijke of industriële expertise. Het Maison draagt dit label al sinds 2007, een onderscheiding die de beheersing van specifieke technieken, hun overdracht door de generaties heen en hun diepe wortels in het Franse productie-erfgoed viert.

Het behoud van deze expertise steunt op gestructureerde opleidings- en kennisoverdrachtsprogramma's: interne leertrajecten, training op de werkplek en mentorprogramma's onder leiding van ervaren ambachtslieden. Deze initiatieven begeleiden nieuwe medewerkers, die vaak zonder vooropleiding in lederwaren

instromen, en waarborgen de continuïteit van vaardigheden in een sector die kampt met krapte op de arbeidsmarkt.

Deze mensgerichte aanpak draagt ook bij aan de duurzaamheid en repareerbaarheid van producten op lange termijn, dankzij gedeelde technische kennis, consistente productienormen en een onwrikbare kwaliteitscultuur. Door deze engagementen helpt het Maison duurzame banen te behouden in lokale gemeenschappen, bevordert Frans vakmanschap en verheft de status van traditionele ambachten, in lijn met haar mvo-strategie.

Een mooi voorbeeld van overdracht tussen generaties

De overdracht van vakmanschap vormt een pijler van de ambachtelijke cultuur van Longchamp.

Geconfronteerd met een gestage instroom van nieuw talent, vaak zonder vooropleiding in de technieken van hoogwaardige lederwaren, heeft het Maison een actief opleidingsbeleid uitgebouwd om de continuïteit van de kwaliteitsnormen te waarborgen.

Longchamp biedt daartoe praktijkgerichte opleidingen aan (AFEST): nieuwe medewerkers worden rechtstreeks in de werkplaatsen opgeleid en verwerven zo hands-on

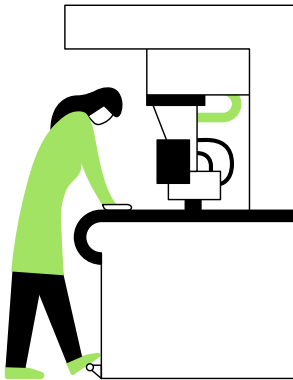
ervaring met het ambacht. Deze aanpak, gebaseerd op leren door te doen, strekt zich uit over alle productiefasen, snijden, voorbereiding, assemblage en kwaliteitscontrole, en maakt deel uit van een brede strategie om vak kennis duurzaam in stand te houden.

Bepaalde loopbaantrajecten belichamen deze cultuur van kennisoverdracht. Bruno Poirier, die in 1985 in dienst trad als hoofd van het ontwerpbureau, is daar een mooi voorbeeld van. Na veertig jaar bij Longchamp weerspiegelt zijn verhaal, een echo van dat van zijn moeder, de eerste werkneemster van het bedrijf in de jaren vijftig, de diepe toewijding van de teams en de continuïteit van het vakmanschap. Aan de vooravond van zijn pensionering in 2025 koos hij ervoor deze familiale en professionele erfenis vast te leggen in *La maroquinerie dans la peau*, geschreven in samenwerking met een biograaf. Het boek beschrijft de geschiedenis van de ateliers en de vrouwen en mannen die Longchamp elke dag tot leven brengen.

Deze getuigenis illustreert de toewijding van het Maison aan intergenerationele overdracht en het duurzame behoud van vakmanschap en ambachtelijke uitmuntendheid.

ONZE TOELEVERANCIERS ONDERSTEUNEN MET EEN VERANTWOORDELIJKE AANPAK

Longchamp baseert de mvo-aanpak met industriële partners op een filosofie van voortdurende verbetering. Alle toeleveranciers ondergaan jaarlijks een EcoVadis-beoordeling, met een minimale score van 60 en een streefdoel van 10 punten verbetering per jaar, getoetst aan een gemeenschappelijke reeks van 21 mvo-criteria op sociaal, milieu- en ethisch vlak.



Naast de beoordeling kiest Longchamp voor een ondersteunende aanpak: dialoog en gezamenlijk ontwikkelde actieplannen stellen partners in staat geleidelijk te groeien en concrete verbeteringen te boeken door het jaar heen.

Op die manier versterkt het Maison de verantwoordelijkheid binnen haar productieketen en bevordert de overdracht van expertise binnen haar industriële ecosysteem. De relaties met partners omvatten ook regelmatige, operationele uitwisselingen tussen teams. In 2025 werden 12 missies uitgevoerd waarbij een

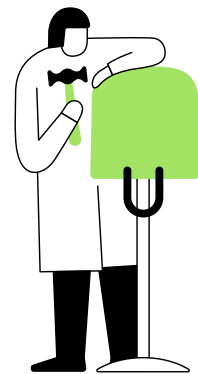
leerbewerker van de industriële vestigingen van Longchamp bij de onderaannemers op locatie ging om hen te ondersteunen en op te leiden. Deze praktische aanwezigheid maakt het delen van technische vaardigheden, de harmonisatie van kwaliteitsnormen en de versterking van competenties binnen de productieketen mogelijk. Meer dan louter kwaliteitscontrole getuigt deze aanpak van een engagement voor ondersteuning en gezamenlijke groei en draagt bij aan de duurzaamheid van de expertise en ambachtelijke uitmuntendheid die het Maison kenmerken.

LES DEUX MAINS DU LUXE: MAROQUINERIE: EEN VAK OM TE ONTDEKKEN



Longchamp nam deel aan Les Deux Mains du Luxe, een initiatief van het Comité Colbert dat de uitmuntendheid van Frans vakmanschap en de overdracht ervan aan jongere generaties in de schijnwerpers zet. In 2025 vond het evenement plaats in het Grand Palais in Parijs, waar meer dan 30 Maisons samenkwamen voor een meeslepende ervaring in de kunsten en ambachten. Voor Longchamp, wiens identiteit geworteld is in de kunst van

leerbewerking, sloot deze deelname volledig aan bij haar strategie om dit erfgoed door te geven. Via demonstraties en workshops onder leiding van haar ambachtslieden bracht het Maison iconische technieken onder de aandacht, zoals het met de hand borstelen van de randen, en illustreerde de precisie en hoge normen die kenmerkend zijn voor haar ateliers.



Het evenement verwelkomde talrijke studenten die het leerambacht wilden ontdekken en de teams ontmoeten. Deze ontmoetingen dragen actief bij aan de inspanningen van het Maison om haar vakmanschap onder jong talent te promoten en roepingen te inspireren, ook via loopbaanswitches, toegankelijk zonder eerdere ervaring, maar gebaseerd op motivatie en vaardigheid.

Les Deux Mains du Luxe past zo in een breder engagement: deelnemen aan beurzen en evenementen rond kunst en ambachten, in samenwerking met de hr-teams van de ateliers, om het vakmanschap van Longchamp zichtbaar te maken en de overdracht van haar erfgoed te waarborgen.

ECODESIGN ALS ONTWERPPRINCIPLE

Ecodesign betekent vanaf het begin van het ontwerpproces handelen om producten te creëren die zowel verantwoord als duurzaam zijn. Bij Longchamp vertaalt dit zich in de keuze van de juiste materialen, een doordacht gebruik ervan en de optimalisatie van hun toepassing. De producten zijn ontworpen om lang mee te gaan: kwaliteit, stevige constructie en repareerbaarheid worden vanaf de vroegste ontwikkelingsfasen meegenomen. Deze aanpak steunt op de selectie van verantwoorde materialen én de voortdurende verbetering van snij- en assemblagetechnieken, aangedreven door een cultuur van innovatie en R&D die milieuprestaties steeds meer in het hart van het creatieve proces plaatst.

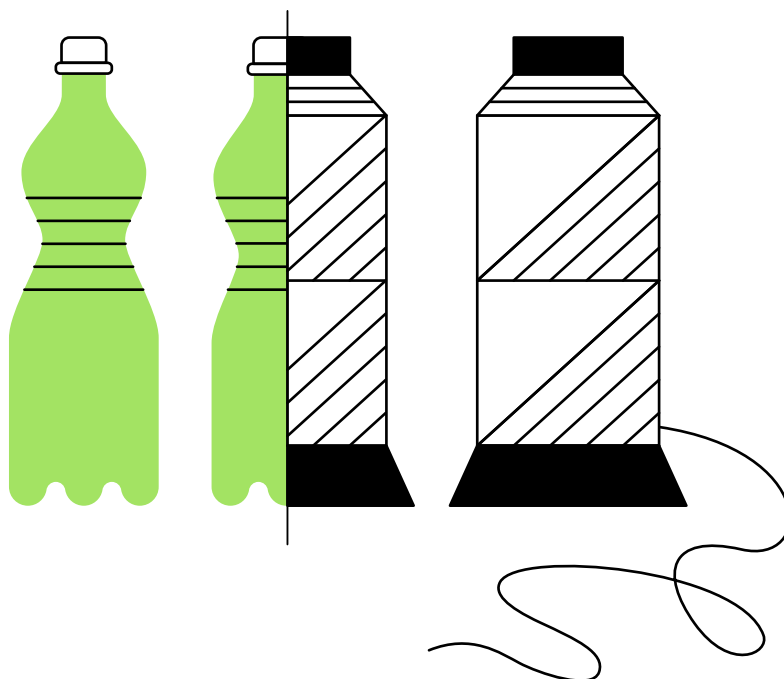
EEN GEMEENSCHAPPELIJK KADER OM ECODESIGN TE IMPLEMENTEREN

In 2025 versnelde Longchamp de integratie van ecodesign in de creatie- en ontwikkelingsprocessen. Er werd een speciale commissie opgericht, samengesteld uit de teams voor stijl, design, inkoop, kwaliteit en merchandising, om milieuoverwegingen vanaf de productontwerpfase op een afdeling overschrijdende manier te verankeren.

Dit initiatief gaat gepaard met informatiesessies en de ontwikkeling van een gemeenschappelijk kader dat praktijken, indicatoren en terminologie rond ecodesign op elkaar afstemt. Dit kader integreert criteria inzake materialen, duurzaamheid, repareerbaarheid en milieu-impact door de gehele productontwikkelingscyclus, en maakt deel uit van een continu verbeteringsproces op basis van impactmeting.

Tegelijkertijd heeft Longchamp indicatoren vastgesteld om het

gebruik van ecodesign-gecertificeerde materialen en het aantal betrokken leveranciers op te volgen. Deze gegevens, geconsolideerd op basis van waarde en gewicht, vormen een essentiële basis om de voortgang van ecodesign binnen de collecties te sturen. In 2025 had 63,20% van de aangekochte componenten (leer, canvas, accessoires, gebruiksartikelen, verpakkingen en trading (RTW, zijden sjaals, schoenen)) een superieur milieukeurmerk in CAA €.



MATERIAALPRESTATIES

Materiaalprestaties vormen een belangrijke drijfveer voor ecodesign bij Longchamp en brengen alle afdelingen samen om het gebruik van leer en textiel tijdens de productie te optimaliseren en zo de milieu-impact te verminderen.

Deze aanpak steunt op vier complementaire pijlers: kwaliteit (ervoor zorgen dat materialen geschikt zijn voor het doel), design (ecodesign en technisch rendement), bedrijfsvoering (selectie van huiden, optimalisatie van upstream-bestanden, productiemix en snijmethoden), management (opleiding van teams en gestructureerde prestatiebeoordelingen).

Management speelt een centrale rol bij het stimuleren van materiaal efficiëntie. In 2025 werden de prestatieroutines gestandaardiseerd: teams komen dagelijks, wekelijks en maandelijks samen om belangrijke onderwerpen te bespreken, hiaten te analyseren, actieplannen op te stellen en nieuwe verbeteringsinitiatieven te lanceren.

Een van de belangrijkste projecten is de digitalisering van het leersnijden, een sleutelproject in de industriële transformatie van Longchamp in Frankrijk. Geleidelijk uitgerold over de verschillende ateliers, optimaliseert het Maison het gebruik van huiden, vermindert afval en versterkt de milieuprestaties van het leersnijden in eigen land.

Daarnaast werden in 2025 andere verbeterprojecten uitgevoerd: materiaalstandaardisatie, optimalisatie van snijbestanden en werkgroepen rond materiaal- en afwijkingsbeheer. Samen hadden deze projecten een positieve invloed op de materiaalprestaties van Longchamp.

Het resultaat was een vermindering van het afvalpercentage met circa 8%. Deze prestatie getuigt van de effectiviteit van de genomen initiatieven en de toewijding van de teams om het gebruik van grondstoffen te optimaliseren.

In 2026 wil Longchamp voortbouwen op dit momentum door verder te gaan met lopende projecten en nieuwe initiatieven rond materiaal efficiëntie te introduceren.

GECERTIFICEERDE MATERIALEN, VAN LEER TOT TEXTIEL

Tegelijkertijd blijft Longchamp duurzame materialen in de collecties integreren.

Sinds 2018 is Longchamp lid van de Leather Working Group (LWG), die milieunormen vaststelt waaraan leerfabrikanten onafhankelijk worden getoetst en gecertificeerd. Longchamp koopt 100% van het leer in bij LWG-gecertificeerde fabrikanten, waarvan 98% een GOLD-certificering draagt.



Daarnaast blijft Longchamp producten certificeren volgens de Global Organic Textile Standard (GOTS), een wereldwijde norm die strenge ecologische en sociale criteria voor biologische vezels garandeert via onafhankelijke certificering over de gehele textielketen. Sinds 2025 is 100% van de zijden sjaals en hoofdbanden GOTS-gecertificeerd. Daarnaast werden nieuwe produc-

tcategorieën gecertificeerd, waaronder T-shirts, sweaters en broeken.



Certified by Ecocert Greenlife
Certification Number 12118

Sinds januari 2025 is Longchamp ook GRS-gecertificeerd door Ecocert Greenlife. Producten met dit label bevatten gerecyclede materialen die in elke fase van de productieketen onafhankelijk zijn gecontroleerd, van de recycler tot het eindproduct,



Certified by Ecocert Greenlife
TE-00298381

en waarbij alle betrokken faciliteiten voldoen aan sociale, milieu- en chemische vereisten. Deze certificeringen maken deel uit van een breder initiatief om het verantwoord gebruik van materialen te structureren. Specifieke indicatoren zijn vastgesteld om het gebruik van gecertificeerde of gerecyclede materialen op te volgen, geconsolideerd op basis van zowel waarde als gewicht. Met deze monitoring kunnen we de geboekte vooruitgang beoordelen en beslissingen over productontwikkeling objectief sturen.

Alleen producten met een GOTS- of GRS-label zijn gecertificeerd.

DE TRANSPARANTIE VAN ONZE PRODUCTIETETEN VERBETEREN

Via talrijke initiatieven onderstreept Longchamp haar engagement om productieketens op te bouwen die steeds transparanter, verantwoordelijker en veerkrachtiger zijn, ten dienste van een duurzame luxe gegrond op uitmuntend vakmanschap.

UNFOLD: DE TRACEERBAARHEID VAN LEERWAREN VERBETEREN

Transparantie vormt een belangrijke drijfveer van de mvo-strategie van Longchamp. Via het traceerbaarheidsprogramma Unfold vergroot het Maison stapsgewijs de transparantie over de herkomst van de producten, verder dan wat de wetgeving vereist. Deze aanpak dient in de eerste plaats een operationeel doel: de gehele productieketen beter begrijpen en beheersen.

Traceerbaarheid maakt immers snelle opsporing stroomopwaarts mogelijk bij een probleem of niet-naleving, zodat de betrokken schakel nauwkeurig kan worden geïdentificeerd en aangepakt. Verder gaan dan het wettelijke kader is dan ook geen louter anticiperen op regelgevingswijzigingen. Het komt voort uit de wens om het handelingsvermogen van het Maison te versterken, werkwijzen te waarborgen en de duurzaamheid van engagementen te verzekeren.

Louise DESHAYES, mvo-project-manager, gaat hierover met ons in gesprek.

Wat is Unfold?

Unfold is het traceerbaarheidsprogramma van het Maison, dat transparantie waarborgt in de hele productieketen, van naleving van de regelgeving tot een vrijwillige aanpak die verder gaat dan het wettelijke kader, met een bijzondere focus op lederwaren.

Wat zijn de belangrijkste mijlpalen?

Het project startte met de naleving van de AGECE-regelgeving, met de implementatie van traceerbaarheid voor confectieproducten (prêt-à-porter, schoenen, stola's en zijden sjaals). Vervolgens werd een vrijwillig transparantie-initiatief voor lederwaren gelanceerd, beginnend met een pilootproject voor een specifiek product (de Daylong), gevolgd door een uitrol naar alle tassen van leer en textiel (met uitzondering van riemen en kleine lederwaren).

De volledige uitrol voor prêt-à-porter vond plaats in november 2023, de pilootfase voor lederwaren liep door tot juli 2024, en de volledige uitrol voor lederwaren werd afgerond in juli 2025.

Welke tools en methoden worden ingezet?

Traceerbaarheid steunt op de integratie van leveranciers, waarbij de methoden voor gegevensverzameling per categorie verschillen.

Voor lederwaren worden gegevens voornamelijk verzameld via traceerbaarheidsbestanden die dagelijks worden bijgewerkt en automatisch in interne systemen worden geïntegreerd, waardoor elke partij leer traceerbaar is tot aan de fasen van het looien, het slachthuis en de boerderij.

Welke voordelen werden al vastgesteld?

Het project vergroot de transparantie voor klanten, die zowel in de winkel als op de website toegang

hebben tot de traceerbaarheidsketen van hun producten.

Daarnaast biedt het een beter inzicht in de productieketens en verbetert het risicobeheer.

Ten slotte vereenvoudigt het de naleving van regelgeving zoals AGECE, ondersteunt het andere mvo-initiatieven, waaronder de klimaatstrategie, en onderstreept het Longchamps engagement voor transparantie.

Wat zijn de volgende stappen

De volgende stap is de uitrol van traceerbaarheid voor kleine lederwaren en riemen, waarmee ongeveer 90% van de product-SKU's gedekt zou zijn.

Alleen de meest complexe SKU's, een klein aandeel van het totaal, blijven dan nog over, en hun activering staat gepland voor begin 2026.

Welke uitdagingen kwamen aan het licht?

De grootste uitdaging is de omvang van de data: op elk niveau van de productieketen neemt het aantal betrokken partijen aanzienlijk toe, wat het beheer complex maakt. Sommige leveranciers kunnen die datavloed bovendien niet aan.

Bovendien moet het proces elk seizoen opnieuw worden opgestart, met name voor prêt-à-porter, schoenen, sjaals en omslagdoeken.

Ten slotte vormen de complexiteit van de keten en de terughoudendheid van bepaalde partijen (zoals slachthuizen) een extra drempel.

BEOORDELING EN VERBETERING VAN DE MVO-PRESTATIES VAN ONZE LEVERANCIERS

Naast de ondersteuning van industriële onderaannemers hanteert Longchamp een mvo-aanpak voor alle leveranciers, gebaseerd op beoordeling, dialoog en voortdurende verbetering.

Deze aanpak steunt op de analyse van mvo-prestaties via de EcoVadis-tool, gerichte actieplannen en een gemeenschappelijke mvo-bijlage waarin de sociale, ecologische en ethische vereisten van het bedrijf zijn vastgelegd. Leveranciers worden beoordeeld op strenge criteria



en gevraagd documentatie aan te leveren die hun verantwoorde praktijken aantonen, zoals mvo-rapporten, certificeringen en engagementen. In 2025 was 88,7% van de aankopen van grondstoffen (PTO €) afkomstig van door EcoVadis beoordeelde leveranciers, met een

gemiddelde score van 58,4 op 100, tegenover 55,4 in 2024. Vanaf 2026 wordt de reikwijdte van EcoVadis uitgebreid naar alle inkoopcategorieën om de verantwoordelijkheid in de gehele productieketen te versterken.

Ten slotte zet het Maison in op langdurige partnerschappen met strategische leveranciers. De gemiddelde relatieduur binnen de 80/20-reikwijdte van de inkoopomzet bedraagt 16 jaar, een bewijs van samenwerking die is opgebouwd rond vertrouwen, hoge normen en voortdurende verbetering.

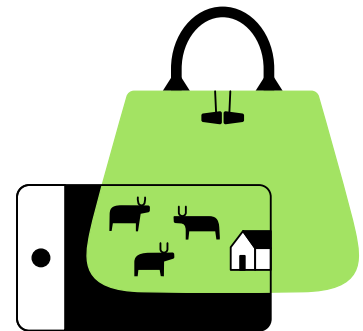
DIERENWELZIJN IN ONZE PRODUCTIEKETEN

Ook dierenwelzijn staat centraal in Longchamps sociale en ecologische verantwoordelijkheid. Dit past in een bredere aanpak voor leertraceerbaarheid en diervriendelijke praktijken in de hele keten.

In 2025 bracht het Maison 31 partner-slachthuizen in kaart en voerde een intern scoresysteem in om risiconiveaus vast te stellen. Daarvan zijn er 14 opgenomen in de database van het ICEC (Institute of Quality Certification for the Leather

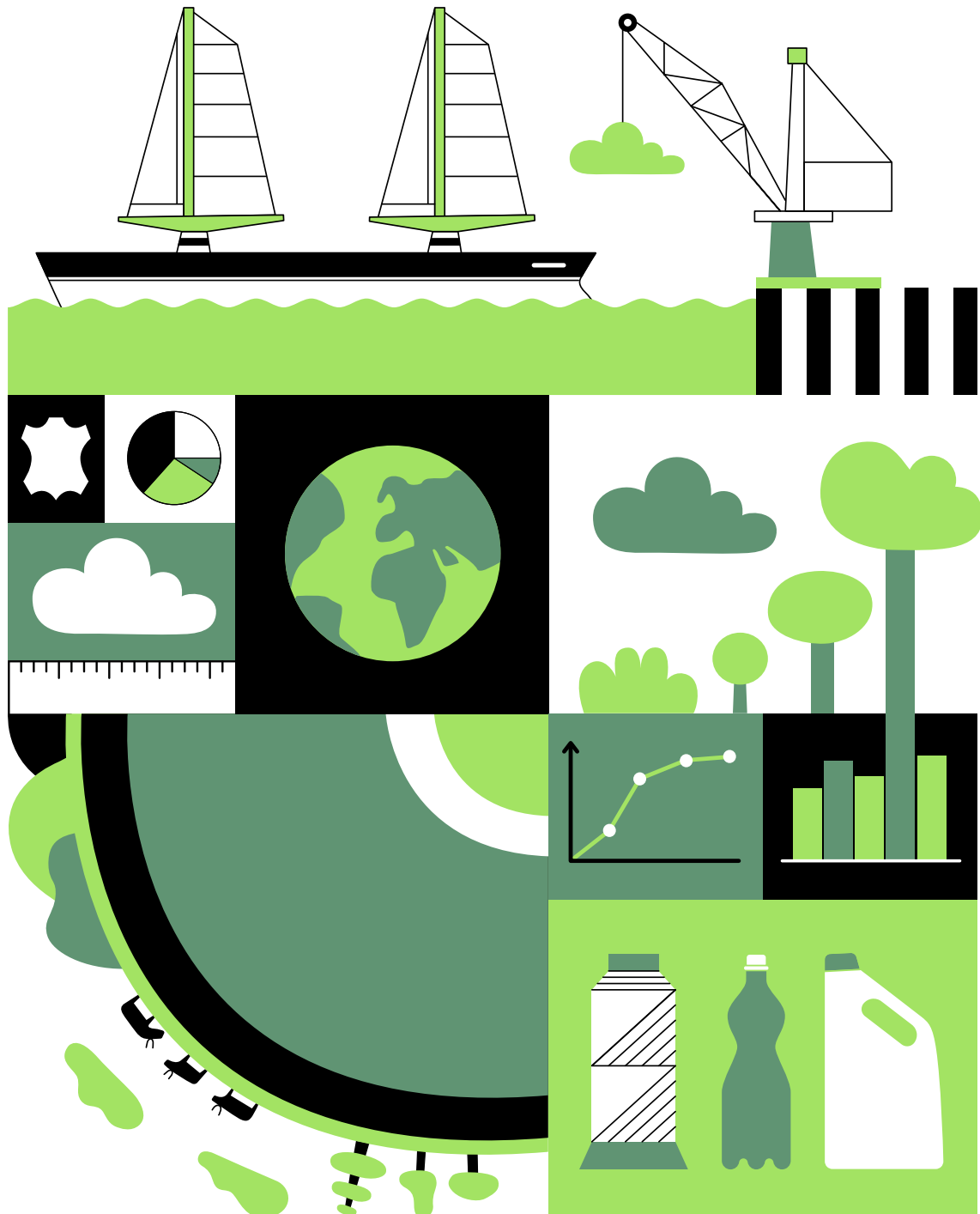
Sector), een organisatie erkend voor haar normen rond traceerbaarheid, kwaliteit en duurzaamheid van leer. Dertien slachthuizen hebben daarnaast een dierenwelzijns-certificering die hun praktijken en traceerbaarheid tot aan de locatie bevestigt.

Voor nog niet-gecertificeerde locaties voorziet Longchamp ondersteuning om verantwoorde praktijken geleidelijk in te voeren, samen met haar partners en de betrokken productieketens.



Door normen, certificeringen en transparantie te combineren, bouwt het Maison aan een meer verantwoorde productieketen.

PLANEET



IN HET LICHT VAN DE KLIMAATVERANDERING blijft Longchamp werken aan een milieustrategie met een duidelijk doel: de ecologische voetafdruk duurzaam verkleinen en werkwijzen in elke fase van de productieketen transformeren. In 2025 versnelde het Maison de uitvoering van de klimaatstrategie, versterkte managementtools en nam nieuwe concrete maatregelen om de klimaatimpact te verminderen, met name via materiaalkeuzes. Deze aanpak steunt op drie complementaire pijlers: meten om te begrijpen, handelen om te verminderen en alle teams mobiliseren om deze transformaties blijvend te verankeren.



KLIMAATKWESTIES METEN EN HET BEWUSTZIJN HIEROVER VERGROTEN

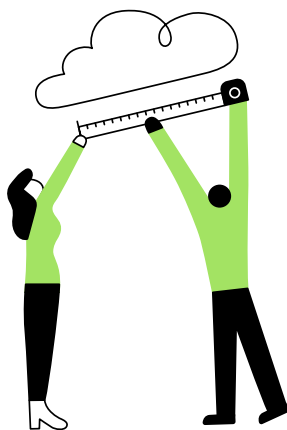
IMPLEMENTATIE VAN DE KLIMAATSTRATEGIE

De klimaatstrategie gelanceerd om het decarbonisatietraject van het Maison te structureren, vormt het referentiekader voor de milieufacties van Longchamp. Concreet streeft het Maison naar een absolute reductie van -95% in Scope 1- en 2-emissies tegen 2033 ten opzichte van 2023 en naar een vermindering van de economische intensiteit van Scope 3 met 50% over dezelfde periode.

De strategie steunt op de volgende pijlers: optimalisatie van transport, regionalisering van productieketens, uitfasering van fossiele brandstoffen op industriële locaties, vermindering van afval, optimalisatie van het snijden van materialen en de ontwikkeling van oplossingen voor reparatie en circulariteit. In 2025 werd de monitoring van de roadmap versterkt om de managementcapaciteiten te verbeteren en de werkwijzen binnen het bedrijf te harmoniseren. Twee prioritaire gebieden kwamen daarbij naar voren: de vermindering van materiaalverspilling als belangrijke hefboom voor de CO₂-voetafdruk en de selectie van veehouderijen als complexe, structurele kwestie op lange termijn. Tussen 2024 en 2025 gingen in totaal 20 projecten van start; de overige 13 volgen tussen 2026 en 2029.

Tot de belangrijkste operationele vorderingen van het jaar behoren de

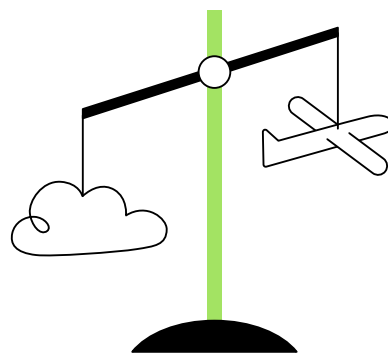
invoering van een transportbeheersysteem (TMS), een vermindering van het aandeel luchtvracht in overzeese zendingen en de lancering van de Asia Hub die, op basis van de volumes van 2025, onnodig transport voor 1,4 miljoen producten zal elimineren.



Op het vlak van energie-efficiëntie werden in 2025 de werkzaamheden in Rémalard voltooid (ledverlichting, isolatie en warmtepompen), terwijl de locatie in Segré haar programma voortzette met de installatie van zonnepanelen en een warmtepomp voor het logistieke gebouw. In 2026 staan de locatie in Château-Gontier (ledverlichting, gevelisolatie) en de voltooiing van de warmtepomp in Segré op het programma. Op de vijf industriële locaties is inmiddels 63% van de energie-efficiëntiemaat-

gelen voltooid, een gestructureerd en progressief traject om de energievoetafdruk van de industriële activiteiten te verkleinen.

Ten slotte blijft de betrokkenheid van de medewerkers een centrale pijler van deze transformatie. In 2025 werden 1.610 medewerkers getraind in de Fresque du Climat (40% van het personeel) en werden vijf interne presentaties gehouden om de klimaatstrategie verder te verankeren.



RESULTATEN KOOLSTOFVOETAFDruk 2025

In 2025 bevestigde Longchamp de dalende trend van haar koolstofvoetafdruk met een vermindering van 16% ten opzichte van het voorgaande jaar, tot 199.733 tCO₂e. Dit bevestigt een dalende trend die al in 2024 was ingezet en dit ondanks een aanhoudende omzetgroei. Deze dalende trend wordt voor een derde gedreven door daadwerkelijke emissiereducties, ondersteund door

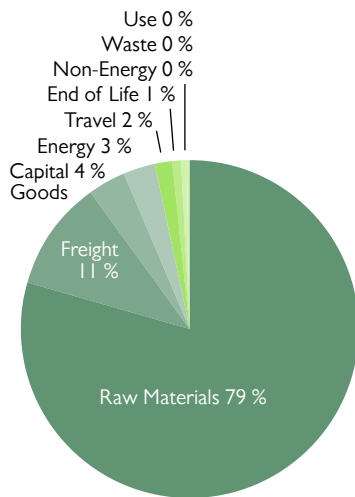
inspanningen rond vrachtvervoer, grondstoffen en energie, en door methodologische updates die de berekening van bepaalde emissiebronnen hebben verfijnd.

De reductie is voornamelijk toe te schrijven aan maatregelen rond vrachtvervoer: optimalisatie van logistieke stromen en een groter aandeel van vervoerswijzen met lagere uitstoot resulteerden in een daling van -30% van de vracht gerelateerde emissies, goed voor ongeveer een kwart van de totale reductie van

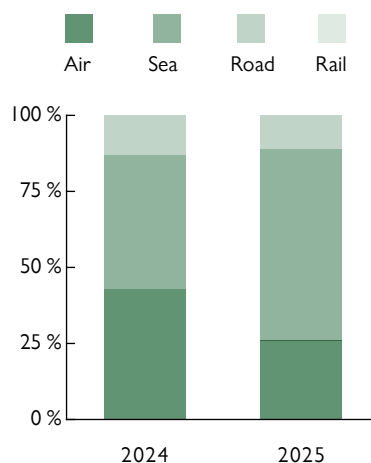
-16%. Grondstoffen vormen een andere belangrijke hefboom. In 2025 daalde de uitstoot in deze categorie met -1%, mede dankzij verbeterde opbrengstpercentages en efficiënter voorraadbeheer, en dit ondanks een aanhoudende omzetgroei. De reductie werd ook ondersteund door energie gerelateerde initiatieven, waaronder het gebruik van groenestroomcontracten.

Daarnaast droegen methodologische aanpassingen bij aan de daling van de CO₂-voetafdruk in 2025. De bijwerking van de monetaire emissiefactoren door ADEME had een aanzienlijke impact op bepaalde Scope 3-categorieën, met name kapitaalgoederen en ingekochte goederen en diensten, waarvan de uitstoot hierna werd gehalveerd. Deze aanpassingen versterken de robuustheid en consistentie van de CO₂-berekening en verbeteren de vergelijkbaarheid op lange termijn.

KOOLSTOFVOETAFDruk 2025



AANDEEL VAN HET VERVOERDE AANTAL T.KM PER VERVOERSWIJZE IN 2024 EN 2025



OPLEIDING OVER KLIMAATKWESTIES IN 2025

Voortbouwend op de implementatie in 2024 integreerde Longchamp de *Fresque du Climat*-workshops vanaf 2025 in het inwerkprogramma voor nieuwe medewerkers, zodat iedereen vanaf dag één een gemeenschappelijke basis heeft over klimaatkwesties. Deze aanpak brengt alle teams op één lijn met de ambities van het

bedrijf en stimuleert tegelijkertijd dialoog en uitwisseling tussen medewerkers over de grenzen van hun gebruikelijke werkterrein heen.

De aanhoudende betrokkenheid gedurende het hele jaar getuigt van een sterke collectieve inzet voor klimaatbewustzijn en -actie. In totaal namen 1.610 medewerkers deel aan de workshops - 40% van het personeel - waaronder 240 op het

hoofdkantoor, 280 op industriële locaties en 1.090 in het distributienetwerk.

Deze momenten verankeren de klimaatstrategie in de dagelijkse praktijk en maken van milieubewustzijn een gedeelde drijfveer voor verandering.

ONZE FYSIEKE VOETAFDruk VERKLEINEN

NEOLINE - OP ZOEK NAAR TRANSPORT MET MINDER UITSTOOT

In 2025 bereikte Longchamp een belangrijke mijlpaal in de verduurzaming van haar logistieke stromen: via het Neoline-project stapte het Maison over op zeilvaart voor het transport van goederen, met name naar de Verenigde Staten. De transit-tijden zijn vergelijkbaar met die van conventioneel zeevervoer, terwijl de CO₂-voetafdruk aanzienlijk kleiner is.

Jérémie Nountchongoue, hoofd Transport en Import-Export, geeft ons uitleg over dit project.

Wat is het Neoline-project en waarom is het strategisch voor Longchamp?

Neoline is een maritiem transport-project waarbij zeilkracht wordt ingezet om goederen te vervoeren, voornamelijk naar de Verenigde Staten, en de haalbaarheid van zeilvaart op industriële schaal aan te tonen. Het maakt van Longchamp een pionier in koolstofarme scheepvaart en geeft haar mvo-engagementen tastbare vorm. Het

Maison werkt al vijf jaar samen met haar partner aan dit project.

Wat zijn de belangrijkste innovaties of unieke kenmerken?

Het onderscheidende kenmerk is het gebruik van een modern zeilcontainerschip, een belangrijke innovatie in de scheepvaartindustrie.

Het project bewijst dat zeilvaart werkt voor industriële goederenstromen, met transittijden vergelijkbaar met die van conventionele scheepvaart.

Longchamp behoort tot de eerste verladers die van dit type schip gebruikmaken, wat het innovatieve karakter van het project onderstreept.

Welke voordelen biedt dit voor Longchamp, met name op het gebied van mvo en duurzaam transport?

Het voornaamste voordeel is een kleinere CO₂-voetafdruk, wat rechtstreeks bijdraagt aan de doeltellingen van de klimaatstrategie.

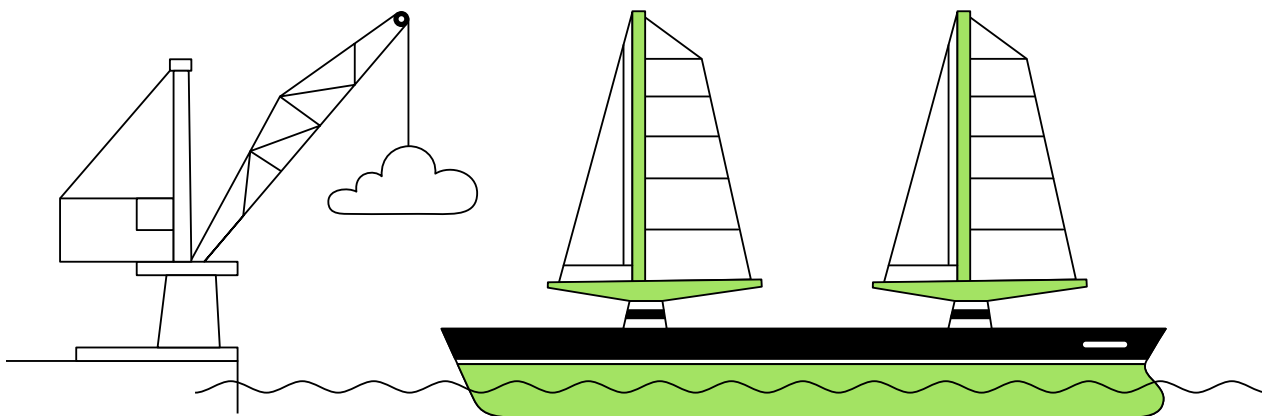
De levertijden blijven gelijk aan die van conventionele zeevracht, zonder negatieve impact op de logistieke prestaties.

De meerkosten zijn bovendien verwaarloosbaar, de oplossing is dus financieel haalbaar.

Wat zijn de volgende stappen en de impact op lange termijn?

Momenteel biedt Neoline slechts één reis heen en terug per maand aan, wat het vervoerde volume beperkt. Een tweede schip is in voorbereiding om de frequentie op te trekken naar één reis heen en terug per twee weken.

Daarnaast werkt Longchamp aan de uitbreiding van deze vervoerswijze naar andere zendingen, zoals de samenwerking met WINDCOOP voor transport naar Madagaskar in het kader van de samenwerking met LANA. Het schip, momenteel in aanbouw, zal de leverbetrouwbaarheid bij deze leverancier verbeteren en tegelijkertijd de afhankelijkheid van fossiele brandstoffen verminderen.

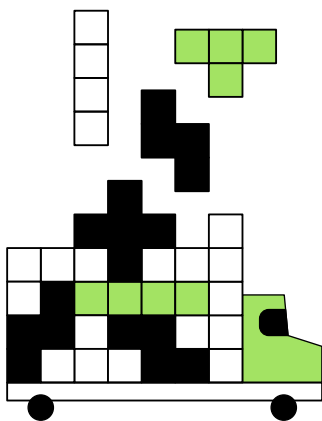


NAAR EEN GEÏNTEGREERD OVERZICHT VAN HET AFVALBEHEER

In 2025 zette Longchamp een nieuwe stap in de structurering van het afvalbeheer door een uitgebreid rapportagesysteem in te voeren voor het hele bedrijf, verspreid over 25 landen. Dit systeem maakt een betere kwantificering en traceerbaarheid van afvalstromen mogelijk en biedt een geïntegreerd overzicht van de hoeveelheden die worden gegenereerd op industriële locaties en binnen het winkelnetwerk.

Deze aanpak vormt een essentiële basis voor een nauwkeurigere identificatie van de belangrijkste afvalbronnen en voor gerichte acties rond reductie, sortering en terugwinning, en markeert ook het begin van een geleidelijke harmonisatie van werkwijzen over de verschillende geografische regio's heen.

Tegelijkertijd neem Longchamp specifieke initiatieven rond sortering en recycling in winkels. Momenteel worden deze indicatoren, waaronder het percentage winkels dat aan sortering en recycling doet, geconsolideerd, met het oog op een sterker milieubeheer en gemeenschappelijke normen vanaf 2026.



INZICHT IN DE WATERIMPACT VAN DE WAARDEKETEN

In 2025 voerde Longchamp een grondige analyse van haar water-voetafdruk uit om de impact en afhankelijkheden in kaart te brengen. Het onderzoek maakt onderscheid tussen onttrokken en verbruikt water en toont aan dat het grootste deel van de impact zich stroomopwaarts voordoet, tijdens de productie van grondstoffen. Leer is verantwoordelijk voor 50% tot 60% van de voetafdruk, voornamelijk tijdens de veeteeltfase, die goed is voor 70% van het verbruikte water en 80% van het onttrokken water. Natuurlijke gewassen zoals katoen en zijde vereisen ook aanzienlijke hoeveelheden water, terwijl synthetische materialen vooral water verbruiken tijdens afwerkingsprocessen.

De studie wijst daarnaast op kwaliteitsproblemen door stikstof- en fosforemissies uit landbouwmeststoffen en de productie van synthetische materialen. Om impact te beperken, versterkt Longchamp de traceerbaarheid, stelt eisen aan haar partners, onderzoekt alternatieve looimethoden en zet in op gerecyclede materialen.

Zo zet het Maison een geleidelijke transformatie van haar productieketens in gang, met het oog op een beter behoud van hulpbronnen en een kleinere milieu-impact.

REGIONALISERING VAN LOGISTIEKE WERKSTROMEN: PRESTATIES EN VERMINDERING VAN DE MILIEU-IMPACT

De regionalisering van logistieke stromen bij Longchamp heeft tot doel de milieu-impact te beperken. De opening van de Asia Hub in Hongkong brengt de productie dichterbij de eindmarkten, waardoor 1,4 miljoen artikelen bestemd voor de regio Azië-Pacific niet langer via Frankrijk hoeven te worden vervoerd. Dit systeem optimaliseert de doorlooptijden, versterkt de veerkracht van de productieketen en vermindert de afhankelijkheid van luchtvervoer, zonder de logistieke prestaties in het gedrang te brengen. Technische en IT-aanpassingen werden doorgevoerd om stromen te scheiden en onnodige routes te elimineren.

In januari 2025 besloot het management bovendien het gebruik van zeevracht voor grondstoffen en eindproducten uit te breiden, met name tussen Europa en Azië. Zo daalt het aandeel luchtvracht, met behoud van servicekwaliteit en een betere voorraadplanning. Op langere termijn wil Longchamp het aandeel van zeevervoer verder vergroten om de milieuvoordelen van deze regionalisering te versterken.

'Door de productie dichterbij de eindmarkten te brengen, kunnen we onnodige transportstromen vermijden en toch onze logistieke doorlooptijden handhaven', legt Jérémie Nountchongoue, hoofd Transport en Import-Export, uit.

STATUSVERSLAG OVER ONZE BIODIVERSITEIT-TSVOETAFDruk

In 2025 voerde Longchamp een uitgebreide analyse uit van haar impact op de biodiversiteit, via het ENCORE-impactraamwerk (Exploring Natural Capital Opportunities, Risks and Exposure), om de druk die haar activiteiten op ecosystemen uitoefenen in kaart te brengen. Zo kon de volledige productieketen stroomopwaarts worden beoordeeld, van veeteelt voor leer tot katoenteelt.

De studie identificeerde de belangrijkste drukfactoren die door IPBES worden beschreven: vernietiging van natuurlijke habitats, overexploitatie van hulpbronnen, vervuiling en klimaatverandering. De grootste effecten doen zich stroomopwaarts voor, tijdens de winning en verwerking van grondstoffen.

Er werden vijf kaarten opgesteld om de impact van Longchamp in detail weer te geven, waaronder de onderstaande, die zich richt op de druk gerelateerd aan de vernietiging van natuurlijke habitats. Deze kaart geeft een overzicht van de intensiteit van de impact per activiteitscategorïe en de belangrijkste maatregelen om deze druk te beperken.

Op basis van deze kaarten stelde Longchamp haar prioriteiten vast: veeteelt voor leer, katoenteelt, metaalwinning en ontbossing.

Hoewel de directe impact van haar vestigingen gematigd blijft, onderneemt het Maison lokaal actie via verantwoord waterbeheer en biodiversiteit bevorderende ontwikkelingen. Verschillende concrete maatregelen zijn al genomen: verbeterde traceerbaarheid van leer, strenge eisen voor afvalwater, selectie van verantwoorde

materialen (gecertificeerd katoen, gerecyclede materialen), afvalmonitoring door partners en ecologische verbeteringen op de vestigingen.

De volgende stappen richten zich op een sterkere traceerbaarheid tot aan de veehouderijen en een groter aandeel gecertificeerde of gerecyclede materialen.

Tegelijkertijd neemt Longchamp deel aan collectieve initiatieven, zoals de 'Deforestation-Free Call to Action for Leather' onder leiding van Textile Exchange en de Leather Working Group, met als doel ontbossingsvrije leerinkoop tegen 2030. Dit omvat verbeterde traceerbaarheid, risicobeoordelingen per inkoopregio en een dialoog met leveranciers om gemeenschappelijke industriënormen vast te stellen.

MAATREGELEN OM DE IMPACT OP VERANDERINGEN IN LANDGEBRUIK TE BEPERKEN

VOLUME PURCHASED IN 2024 (TONNES)			LEATHER 37 %		TEXTILE (SYNTHETIC) 48 %		ACCESSORIES (METAL) 15 %		TEXTILE (NATURAL) 8 %		WOOD PACKAGING 2 %	
CAPACITY TO INFLUENCE			Impact rating	Actions to mitigate	Impact rating	Actions to mitigate	Impact rating	Actions to mitigate	Impact rating	Actions to mitigate	Impact rating	Actions to mitigate
-	U P S T R E A M	TIER 4 (Raw material origin)	VH	0 Deforestation pilot project & commitments	M	No extraction if recycling	VH	No mining or extraction if recycling	VH	Organic crops farm certified GOTS	VH	FSC/PEFC sustainable managed forest
		TIER 3 (Processing)	M	100% hides traceable until slaughterhouse	M	Waste recycling: recycled fiber	M	Re-melting	M	Fiber producer certified GOTS	M	Pulp mill certified FSC/ PEFC
		TIER 2 (Processing)	M	100% LWG certified tanneries	M	Recycled yarn	M	Re-alloying	M	Tarn producer certified GOTS		
		TIER 1 (Direct suppliers*)	M	100% LWG certified tanneries	M	Use of recycled fabrics whenever possible	M	Use of recycled whenever possible	M	12% cotton & silk certified GOTS**	M	90% certified or recycled packaging***
	D I R E C T	TIER 0 (Manufacturing)	L		L		L		Industrial sites actions to mitigate impacts on biodiversity procedure			
+		TIER 0 (Retail)	L		L		L					

* 90% direct suppliers assessed with Ecovadis ** volumes in tonnes. TARGET: conversion to GOTS as soon as possible *** FSC, PEFC, Imprim vert certified or from recycled source

VH : very high M : medium L : low

CIRCULARITEIT BEVORDEREN

VAN REPARATIE TOT TWEDEHANDS: EEN CIRCULAIRE AANPAK

Reparatie vormt een hoeksteen van het DNA van Longchamp. In 2025 werden bijna 80.000 producten gerepareerd (50% meer dan in 2024), een bewijs van Longchamps expertise in het verlengen van de levensduur van producten. Om klanten aan te moedigen te kiezen voor reparatie in plaats van vervanging, lanceerde Longchamp in januari 2025 een gratis reparatieprogramma in de Benelux. Met dit initiatief streeft Longchamp ernaar de klantervaring te verbeteren, onnodige verzendingen te verminderen en reparatie boven vervanging te verkiezen. Eind september 2025 steeg het aantal reparaties met 58% in België, 30% in Luxemburg en 105% in Nederland, goed voor 1.600 extra reparaties. De uitrol wordt geleidelijk doorgevoerd om de kwaliteit van de dienstverlening en de capaciteit van de werkplaatsen te waarborgen. Tegelijkertijd breidt Longchamp het netwerk van reparatiecentra uit met nieuwe vestigingen in Londen

en Shanghai, om de nabijheid tot de markten te versterken en de groeiende lokale vraag te ondersteunen. Zo bouwt het Maison verder aan een duurzaam circulair model.

In Frankrijk lanceerde Longchamp ook een tweedehandsdienst, uitgebaat in samenwerking met FAUME. Via dit platform kunnen klanten geverifieerde Longchamp-tassen kopen of doorverkopen, waardoor de levenscyclus van de producten wordt verlengd. Bijna 800 artikelen werden gerepareerd om de eerste voorraad samen te stellen. Via het online platform kunnen klanten hun tas doorverkopen, een opgeknapt model aankopen en tegoeed als cadeaubon ontvangen. FAUME staat in voor de inspectie van de producten en garandeert hun authenticiteit en conformiteit.

Via deze twee complementaire pijlers, reparatie en tweedehands, bevestigt Longchamp haar engagement voor een circulair model waarin productduurzaamheid centraal staat.

EEN TWEEDE LEVEN VOOR ONZE MATERIALEN

Ten slotte ontwikkelt Longchamp oplossingen om leerresten uit de ateliers een nieuwe bestemming te geven. In 2025 recyclede Longchamp ongeveer 20 ton leerafval via de samenwerking met Recycuir. Hierdoor kregen deze materialen een tweede leven en werd tegelijk de sociale en solidaire economie ondersteund. Andere leerresten worden ook geïntegreerd in nieuwe collecties, in het bijzonder in de Filets-tassenlijn, om circulariteit verder te stimuleren.

Ook buiten leer vormt het toeneemende gebruik van gerecyclede materialen een belangrijke hefboom om de milieu-impact te verkleinen. Zo is de watervoetafdruk vijf keer kleiner dan bij niet-gerecyclede synthetische materialen en tien keer kleiner dan bij niet-gerecycled katoen. Met deze initiatieven blijft Longchamp haar productieketens transformeren, waarbij materiaalinnovatie en circulariteit centraal staan in haar milieustrategie.



DANKWOORD EN CREDITS

Longchamp wil iedereen bedanken die heeft meegewerkt aan dit rapport, en die ervaringen en inzet binnen het Maison heeft gedeeld: Juliette Poupard, Hector Cassegrain, Adrien Cassegrain, Bérénice Aubert,

Helena Damasse, Louise Deshayes, Jérémie Nountchongoue, Narindra Robin, Olivia Fleurette Raharinirina, Herifitahina Raharimino en Pierrette Rahanitriniaina.

Het Maison bedankt in het bijzonder Bruno Bernard, de artistiek directeur van dit verslag, en Vincent Godeau, die de illustraties heeft gemaakt die het tot leven brengen.

