

Chronologie des étapes clés

50 ans de JBC : d'une entreprise familiale à une famille d'entrepreneurs

Histoire de JBC/CRG à travers ses étapes clés

1975

Il y a pas moins de 50 ans, le fondateur Jean-Baptiste Claes ouvrait à Scholen son tout premier magasin, un 'Stock Américain', où l'on pouvait acheter non seulement des vêtements et des chaussures, mais aussi des articles ménagers.

Avant de se lancer dans le commerce de détail, Jean-Baptiste Claes était un cycliste de talent : il a participé à trois reprises au Tour de France et signé plusieurs succès, notamment lors de la course du Dauphiné Libéré.

1980

Jean-Baptiste Claes perçoit rapidement le potentiel de ses magasins et tente de s'implanter dans la province du Limbourg. Le nombre de magasins augmente lentement mais régulièrement, pour atteindre cinq unités.

1985

Dix ans et cinq magasins plus tard, ses enfants, Bart et Ann Claes, rejoignent l'entreprise familiale.

En 1986, les magasins sont rebaptisés JBC, d'après les initiales du fondateur.

L'objectif est alors de couvrir l'ensemble de la Flandre. Le nombre de magasins double pour passer à 10.

1990

Chaque province flamande compte maintenant un ou plusieurs magasins JBC. Il est donc temps de se tourner vers la Wallonie. Le compteur atteint désormais 20 points de vente.

En 1992, JBC entame un partenariat avec Studio 100, avec la vente de quelques T-shirts Samson & Gert. Peu à peu, de nombreux autres personnages suivent, comme K3, Pat le Pirate, Mega Mindy et le Lutin Plop. Ce partenariat fructueux, pour lequel JBC conçoit elle-même les collections, est toujours d'actualité et a déjà donné naissance à des créations iconiques, comme la fameuse robe arc-en-ciel K3, pour n'en citer qu'une.

1995

L'expansion se poursuit, non seulement en Wallonie et dans le reste de la Belgique (35 magasins), mais aussi au Luxembourg, où le premier magasin ouvre ses portes.

Le 23 décembre 1997 marque la création officielle de Claes Retail Group, le holding faîtière du groupe, dont le siège social est établi à Houthalen-Helchteren.

En 1999, JBC conçoit pour la première fois sa propre collection en interne. Parallèlement, JBC se met à la recherche de ses premiers fabricants en Extrême-Orient, avec lesquels elle collabore aujourd'hui encore.

2000

La chaîne est à la recherche de nouveaux marchés et tente désormais de s'implanter aux Pays-Bas, avec trois magasins, tout en poursuivant son développement au Luxembourg. En cinq ans, le réseau s'étend pour atteindre environ 70 magasins.

Chronologie des étapes clés

En 2003, Bart et Ann Claes prennent les rênes de l'entreprise.

En 2004, Bart et Ann Claes parviennent à convaincre Walter Van Beirendonck, l'un des célèbres 'Six d'Anvers', de créer une collection pour enfants appelée ZulupaPUWA. Celle-ci est commercialisée un an plus tard et marque le début d'un partenariat très fructueux qui durera douze ans.

2005

À l'occasion du 30e anniversaire de la chaîne, un nouveau logo est dévoilé.

JBC compte désormais 83 magasins en Belgique, 5 au Luxembourg et 6 aux Pays-Bas ; néanmoins, ces derniers seront fermés cinq ans plus tard, faute de capitaux, en raison de la crise financière qui a complètement ébranlé la confiance des consommateurs.

En 2008, JBC lance pour la première fois une collection en coton biologique. La durabilité fait l'objet d'une attention croissante.

En 2009, l'entreprise familiale frappe un grand coup en faisant défiler le top-modèle Naomi Campbell, vêtue d'une robe JBC.

2010

Le réseau atteint désormais 127 points de vente, répartis en Belgique et au Luxembourg. Les CEO, Bart et Ann Claes, décident alors de s'attaquer au marché allemand. En 2013, ils ouvrent à Wuppertal leur premier magasin, spécialisé dans les vêtements pour enfants.

En 2011, CRG commence à apporter un soutien structurel à une école en Inde. Dans l'intervalle, CRG s'est engagé dans la construction d'une nouvelle école en collaboration avec son plus grand fabricant au Bangladesh, un partenariat qui dure depuis 20 ans déjà.

La même année, JBC lance également sa première collection 'Designers Against Aids'.

En 2013, le holding se renforce avec l'acquisition de Mayerline, ce qui entraîne l'ajout immédiat de près de 60 magasins.

Cette même année, l'entreprise devient également le premier détaillant belge à signer l'Accord sur la sécurité au Bangladesh, conclu à la suite de la catastrophe du Rana Plaza.

Le chanteur pop britannique d'origine libanaise Mika conçoit pour JBC une collection haute en couleur, inspirée de son propre style vestimentaire singulier.

2015

JBC devient membre de la Fair Wear Foundation.

L'expansion se poursuit en Allemagne, avec l'ouverture de 7 nouveaux magasins. Le cap des 200 points de vente est désormais proche.

JBC lance une joint-venture avec Deesha, un géant chinois de la vente en ligne, axée sur la vente de vêtements pour enfants. En 2017, cette collaboration prend fin en raison de divergences stratégiques, tant au niveau de l'approche de la marque que du modèle de distribution.

JBC décide alors de poursuivre seule, avec une équipe dédiée à Shanghai, focalisée sur des partenariats d'e-commerce avec Tmall et JD.com. Cependant, ces efforts ne génèrent pas un retour sur investissement suffisant, et l'aventure chinoise est rapidement abandonnée.

Les efforts de longue date de CRG en matière de durabilité sont (enfin) reconnus en 2018, lorsqu'Ann Claes est élue CSR Professional of the Year.

Chronologie des étapes clés

Entre 2018 et 2021, Karen Damen, connue comme l'une des membres fondatrices de K3, conçoit une série de collections été pour femmes avec une empreinte écologique réduite.

2020

CRG se renforce en intégrant une nouvelle marque : CKS. Le holding CRG exploite désormais plus de 200 magasins.

Puis survient la pandémie de COVID-19, forçant CRG à optimiser son réseau de points de vente. Ainsi, en 2021, les trois derniers magasins allemands ferment leurs portes en raison d'un chiffre d'affaires devenu insuffisant. JBC recentre alors ses activités sur ses marchés initiaux, la Belgique et le Luxembourg.

En 2021, JBC inaugure son premier concept store à Louvain, axé sur l'éducation, la personnalisation, la durabilité et l'expérience familiale.

Cette même année, une collaboration fructueuse débute avec Dina Tersago, suivie au fil des années suivantes par Kim Van Oncen, Camille et, plus récemment, Elisabeth Lucie Baeten.

Toujours en 2021, CRG remporte le X² Award, récompensant l'entreprise la plus progressiste en matière d'égalité de genre.

Outre un Conseil d'administration officiel — pour lequel CRG remporte en 2023 le premier prix de la bonne gouvernance —, CRG met également en place la même année un Millennial Board, où des thèmes tels que la diversité et l'inclusion occupent invariablement une place centrale à l'ordre du jour.

La troisième génération Claes rejoint l'aventure : Anaïs Claes, la fille de Bart, occupe la fonction de Sustainability Manager, tandis que Lucas Geuens, le fils d'Ann, travaille sur les collections en tant que Concept & Design Manager et qu'Amber Geuens, la fille d'Ann, est active en tant que Happiness Officer.

La même année, les consommateurs peuvent louer des pièces de la collection de CKS via Dressr, et JBC conçoit la collection destinée aux athlètes et au staff de Special Olympics Belgium.

Les designers de CKS créent pour la première fois, en collaboration avec d'anciennes patientes, le célèbre ruban 'Pink Ribbon'.

JBC organise son tout premier moment 'Bring Back' : en échange d'un bon de réduction, les clients peuvent rapporter des vêtements pour enfants déjà portés, qui reçoivent ainsi une nouvelle vie au niveau local. Fort de ce vif succès, le holding lance dès 2024 la vente de vêtements de seconde main pour enfants de ses propres marques, en créant de véritables pop-up stores. Ils sont actuellement au nombre de sept, et au moins cinq autres sont prévus en 2025. Le nombre de magasins avoisine les 190.

Cette même année, CRG renforce également son portefeuille avec l'acquisition de HNST, une marque belge de denim pionnière de la mode circulaire.

Mayerline lance le sous-label 'Re-New' avec des pièces upcyclées afin d'allonger sensiblement la durée de vie des vêtements.

En 2024, CRG remporte le prestigieux Prix Mercure décerné par Comeos, en reconnaissance de son rôle de pionnier et de son engagement constant en faveur de l'innovation et de la durabilité dans le secteur de la distribution. Un élément central de cette reconnaissance est la stratégie

Chronologie des étapes clés

de durabilité 'Transmettons', qui vise à réduire structurellement l'impact écologique de l'industrie textile.

Dans ce contexte, CRG signe la Charte du Ghana, aux côtés de plusieurs autres détaillants de mode belges, afin de rendre la chaîne d'approvisionnement plus durable tant en amont qu'en aval de la vente.

En collaboration avec Trividend, le holding crée également un Sustainability Committee composé d'experts externes qui se réunissent chaque trimestre en tant qu'entité indépendante afin de procéder à un examen critique de la politique de durabilité, d'affiner nos objectifs et d'identifier des axes d'amélioration.

Toujours en 2024, JBC reçoit de la part de Fair Wear, lors d'un 'nouveau performance review,' le label 'Good', soit le deuxième niveau de qualité le plus élevé. En Belgique, JBC est le seul détaillant de mode pour toute la famille à avoir obtenu cette distinction.

2025

CRG lance un outil permettant aux consommateurs de retracer en toute transparence l'origine et le processus de production de chaque vêtement de la collection I AM : 'Trace This Item'.

JBC conçoit la collection exclusive de The Wolfpack, les équipes cyclistes belges Soudal Quick-Step et AG Insurance-Soudal. Un beau clin d'œil et un hommage appuyé au fondateur Jean-Baptiste Claes, avec qui tout a commencé il y a 50 ans.

La boucle est ainsi bouclée.

Du moins... pour quelques mois. ;-)

(fin)