

WAARDEVOL ONDERNEMEN

BOSS paints Duurzaamheidsverslag 2022



1. VOORWOORD

3

2. WIE IS BOSS PAINTS?

2.1. BOSS paints: een familiebedrijf met geschiedenis	6
2.2. BOSS paints in cijfers	13
2.3. Activiteiten	14
2.4. Onze externe partners	16
2.5. Ons engagement binnen de sector	18

3. WAAR STAAT BOSS PAINTS VOOR?

3.1. Onze missie en waarden	22
3.1.1. De missie van BOSS paints	23
3.1.2. Vijf waarden als leidraad	23
3.1.3. In gesprek met Lieve Bossuyt	24
3.1.4. Sustainable Development Goals	28
3.2. De vijf waarden van BOSS paints	35

3.2.1.
KLANT

36



3.2.2.
KWALITEIT

42



3.2.3.
MENS

54



3.2.4.
MILIEU

60



3.2.5.
RENDEMENT

68



4. SLOTWOORD

71

5. BIJLAGEN

5.1. Cijfers mens	72
5.2. Cijfers milieu	73
5.3. Cijfers rendement	75
5.4. GRI tabel	76

1. VOORWOORD



“IEDEREEN BIJ BOSS PAINTS BOUWT VANUIT ZIJN EIGEN PASSIE AAN EEN MOOIE WERELD.”

“Verf is onze passie, een **passie** waarmee we jouw **leefwereld** mooier willen maken.” De eerste zin in onze missie zegt waar het voor ons allemaal om draait. Iedereen bij BOSS paints bouwt vanuit zijn eigen passie aan een mooie wereld. Het is onze **gemeenschappelijke drijfveer** en de essentie van ons bedrijf.

En die mooie wereld bereiken we met onze **kleuren en verven**, maar ook door **duurzaam en toekomstgericht te ondernemen**. Iets wat we al jarenlang doen vanuit 5 kernwaarden die onze aandeelhouders en medewerkers vooropstellen: **klant, kwaliteit, mens, milieu en rendement**.

Dit zijn de hoekstenen van BOSS paints en hierop is ons bedrijfsmodel gebouwd. Omdat we ook willen tonen hoe we dit engagement concreet vorm geven, stellen we jou het BOSS paints Duurzaamheidsverslag 2022 voor.

Elke dag opnieuw proberen wij onze waarden in de praktijk vorm te geven. Toegegeven, dat is niet altijd eenvoudig. In alle nederigheid en eerlijkheid proberen we die **evenwichtsoefening** toch waar te maken: **oprecht vertrouwen** verdienen onze klanten, al onze **kennis inzetten** voor een kwalitatief product, een **aangenaam werkklimaat** scheppen waar medewerkers gelukkig zijn, **zorg dragen voor onze planeet** en dit alles op een **financieel gezonde manier** blijven doen.

We streven naar dit **evenwicht** omdat het voor onszelf belangrijk is, en omdat we als bedrijf onze **maatschappelijke verantwoordelijkheid** willen opnemen. Soms lukt ons dat goed, en tegelijk zijn er zeker dingen die beter kunnen. Dit verslag laat jou toe om mee te kijken. Het rapport is opgebouwd volgens de GRI richtlijnen, want we willen in alle **openheid en transparantie** in dialoog gaan over wat we doen (of niet doen).

Misschien kan het jou **inspireren**, of doet het bij jou een wenkbrauw fronsen. Aarzel niet om ons te contacteren. We staan open om te leren en beter te worden. Zodat we samen stappen vooruit zetten.

Toon Bossuyt – CEO BOSS paints

2. WIE IS BOSS PAINTS?

- 2.1. BOSS paints: een familiebedrijf met geschiedenis
- 2.2. BOSS paints in cijfers
- 2.3. Activiteiten
- 2.4. Onze externe partners
- 2.5. Ons engagement binnen de sector

2.1. BOSS PAINTS: EEN FAMILIEBEDRIJF MET GESCHIEDENIS

EIND 19E EEUW



Angelus Bossuyt is koetsenmaker. Zijn zes zonen specialiseren zich elk in één van de ambachten om koetsen te maken. Zijn zoon **Cyriel** schildert de koetsen. Hij wordt later zelfstandig schilder en opent met zijn vrouw een winkel.

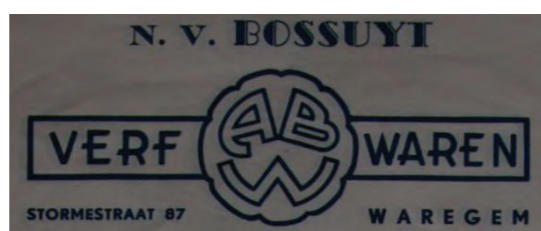


1938

Antoon, zoon van Cyriel, wordt zelfstandig schilder en vestigt zich in de Holstraat in Waregem. Zijn zussen nemen de winkel van hun ouders over, Huis Bossuyt.

1943-1945

Antoon Bossuyt start met de **productie van verf** voor andere schilders. De eerste producten van ABW (Antoon Bossuyt Waregem) zijn mastiek en "gewreven wit", een halffabriekaat.



ABW

In 1943 doopt Antoon Bossuyt zijn zaak Antoon Bossuyt Waregem of kortweg ABW. Het is de blauwdruk van een **uniek concept**. Want begin jaren '40, tijdens zijn krijgsgevangenschap, rijpt bij Antoon het idee om verf te produceren én te verkopen. Na de oorlog koopt Antoon een pand, bouwt er zijn fabriek en start er zijn productie op. Tegelijk reist hij naar Duitsland om er schildersbenodigdheden in te kopen. Hij maakt van ABW een bedrijf dat met **verfproductie én groothandel** een totaalpakket aanbiedt. ABW wordt een begrip. Een naam die tegelijk onze geschiedenis én ons uniek businessmodel omvat.



Bolatex

Het eerste echte verfmerk van ABW. Ontwikkeld begin jaren '50. Een mooi voorbeeld van een merk dat groter wordt dan zijn fabrikant. Bolatex werd zo'n overdonderend succes dat de firma op de duur "**den Bolatex**" genoemd werd, niemand sprak nog van ABW. De gigantische letters sprongen overal in het oog. Op fabrieksmuren, vrachtwagens en in de jaren '60 zelfs op de trainingspakken van SV Waregem. En tijdens het **WK Wielrennen van '63**, in Ronse, kon je er helemaal niet naast kijken. Grote reclamepanelen blokletterden BOLATEX langsheen de hele lengte van het parcours. Dankzij Antoons goeie connecties met de organisator, natuurlijk. Zelfs de Nederlandse pers vroeg zich af *wat nou in hemelsnaam Bolatex betekende!*



Blanche

Ook Blanche, de vrouw van Antoon Bossuyt, speelt een bijzondere rol in de geschiedenis van BOSS paints. Ze startte een beetje tegen wil en dank als gordijnennaaster in de winkel. Ze stond vooral haar man bij tijdens de **opstartjaren** van zijn zaak. Maar de uitspraak "achter elke succesvolle man, staat een sterke vrouw" is hier meer dan van toepassing. In de jaren '50 ontpopte ze zich tot de **HR-, PR- en de financieel specialist van de firma**. Zonder haar zou ABW nooit hetzelfde geweest zijn.

1954

Het atelier in de Holstraat is inmiddels uitgegroeid tot een heuse fabriek. De eerste **Bolatex-verf** wordt geproduceerd, later volgen ook de eerste lak en primer.

1960

Eerste **kleuradviseur** in dienst. 'Dan Key' zag er met zijn baard niet alleen artistiek uit, hij had ook een echte artiestennaam. Hij ontwierp de gedurfde kleurencombinaties op de vrachtwagens en reclamepanelen.

1963

Bolatex sponsort het WK Wielrennen in Ronse. Alle hekken langs het parcours hangen vol met **BOLATEX-reclamepanelen**. Buitenlandse journalisten weten niet wat ze zien. Een jaar later krijgt ook SV Waregem BOLATEX-truitjes.

1964

De eerste **generatiewissel**. Na het overlijden van Antoon Bossuyt neemt de tweede generatie – **Jan, Piet en Paul Bossuyt** – het roer over.

1969

Bolatex-ABW wordt **BOSS paints**. De naam BOSS paints wordt geïntroduceerd. We organiseren een tentoonstelling, met een van onze allereerste computers als blikvanger, een Nixdorf.

1972

BOSS paints lanceert haar **eerste actie** waarbij klanten kunnen 'sparen' voor een mooie reis. De bestemming is Kreta.

1977

Huis Bossuyt legt de **basis voor colora**. De gezusters Bossuyt gaan met welverdiend pensioen. Huis Bossuyt maakt vanaf nu deel uit van de groep en wordt de voorloper van de huidige colorawinkels.

1979

BOSS paints verhuist van de Stormestraat in Waregem naar **Beveren-Leie**. Er volgt een plechtige opening van de nieuwe fabriek en de bijhorende bedrijfsgebouwen.

1981

BOSS paints opent haar **eerste colorawinkel**, in Brugge. Het concept kan meteen op heel wat bijval rekenen en legt de basis voor het latere succes van de keten.



Anna en Julia

Anna en Julia Beyens zijn legendes binnen BOSS paints. De gezusters stonden in voor het **etiketteren van de verpakkingen**. Een handeling die ze beheersten als geen ander. Hun roemruchte **vingervlugheid** bespaarde Antoon lange tijd de investering van een machine. Volgens de overlevering stuurde hij ooit een verkoper van etiketteermachines wandelen met de gevleugelde woorden: "Mijn meisjes kunnen dat veel rapper." Een uitspraak die Anna en Julia enorm heeft geflatteerd en hen altijd is bijgebleven.



Nixdorf

En 1969 wordt in méér dan één opzicht een jaar van revolutie. De **allereerste computer** wordt geïnstalleerd – de Nixdorf. Dé eyecatcher van de tweede expo. Hiermee is ABW helemaal klaar voor een **nieuw tijdperk**. En het veranderende klimaat wordt in '69 ook op een heel andere manier onderstreept. Want ABW verandert zijn naam: de definitieve naam, BOSS paints, wordt in hetzelfde jaar boven de doopvont gehouden.



De 4

Het vlaggenschip van de Bolatexreclamevloot. De Mercedes-Benz – met ingebouwde luidspreker – werd de 4 genoemd omdat hij na de 1, de 2 en de 3 kwam. In deze **polyvalente vrachtwagen** konden nagenoeg alle medewerkers plaatsnemen. Bij een scherpe bocht kon het wel eens gebeuren dat een rijbankzitters samen met hun bank kapseisden, maar dat woog niet op tegen het gratis vervoer. Onze vergaderzaal De 4 is een nostalgische knipoog naar die mooie momenten. Op weg naar zee, naar het voetbal en zelfs naar Parijs werd veel plezier gemaakt. En die **memorable uitstappen** smeedden een band die niet kapot te krijgen was. Antoon waardeerde zijn medewerkers enorm en hij toonde dat ook. ABW-Bolatex groeide hierdoor uit tot een bedrijf dat echt voortgetrokken werd door mensen. En dat is BOSS paints nog steeds.



colora nr. 1

In 1981 is het zover. De **winkelformule van BOSS paints** staat in de startblokken. Kwaliteitsverf, professioneel advies en een gezicht uit de streek. De allereerste colora opent in Brugge de deuren, bij Pierre. De eerste colora-uitbater was een Bruggeling. En dat zat meteen goed. Voor een particulier bleek dat van groot belang te zijn. Hiermee kreeg colora onmiddellijk die **vertrouwelijke uitstraling**. Een sterk product en de ondersteuning van een professional uit de buurt.

1984

BOSS paints introduceert het **Colormix-verfmengsysteem**, dat een veel groter kleurengamma mogelijk maakt. Tot dan toe waren per verfsoort maar enkele tientallen kleuren beschikbaar.

1993

Met de komst van Ward, Toon, Lieve, Koen en Ivo Bossuyt gaat de **derde generatie Bossuyt** aan de slag in het bedrijf.

1995

BOSS paints wordt 50! De **vijftigste verjaardag** wordt gevierd met een groot personeelsfeest in het Jeugdcentrum in Waregem. Intussen opent de tiende colorawinkel haar deuren, in Ninove.

2000

De winkelformule van colora wordt volledig herzien, met onder meer een nieuw logo en een totaal **vernieuwde winkelrichting**. Het is het begin van een spectaculaire groei.

2004

Labo en verfproductie worden aanzienlijk uitgebreid. We openen **BOSS paints Antwerpen** met afhaaldienst en showroom voor de vakman. Tegelijk is er de 20^{ste} colorawinkel, in Melsele.



M&M-budget

Sinds 2004 wordt structureel budget vrijgemaakt om buiten de normale bedrijfsvoering te investeren in het welzijn van de mens en in milieubehoud. Dit zogenaamde M&M-budget is een percentage van de jaarlijkse winst. Hoe groter de winst, des te groter het M&M-budget. Hiermee wordt in eerste instantie gezorgd voor extraatjes om het **werkklimaat van alle medewerkers** zo gezond en aangenaam mogelijk te maken. Fietsonderhoud voor wie met de fiets komt werken, gratis fruit, gratis verse soep en ontspanningsfaciliteiten zoals een biljarttafel zijn investeringen die hiermee bekostigd worden. Maar met het M&M-budget wordt ook **systematisch financiële steun** geboden aan onze vaste partners: Bond zonder Naam, Natuurpunt, Victor en Youca.

2005

Jan Bossuyt draagt de leiding van het bloeiende bedrijf over aan **Toon Bossuyt**, zoon van Piet.

2005

De **eerste zonnepanelen** verschijnen op het dak van de vestiging in Waregem. Ze worden geleidelijk aan uitgebreid: in 2009 staan ze al in voor 25% van het elektriciteitsverbruik. En na het plaatsen van de laatste installatie in 2018 wekken de zonnepanelen ongeveer de helft van de verbruikte elektriciteit op.

2008

colora, de verfwinkel

colora krijgt een **volledige make-over**, met een nieuw logo, een nieuwe huisstijl en een nieuwe baseline. Na het pensioen van Piet Bossuyt staat de derde generatie nu volledig op eigen benen.

2009

BOSS paints opent een **depot voor de vakman in Brugge**. Intussen leert ook Nederland het colorafenomeen kennen, met een eerste winkel in Eindhoven.

2010

Het revolutionaire kleurenmengsysteem **MY-MX** wordt ingehuldigd. Dit zelfontwikkelde systeem zet een nieuwe standaard op vlak van kleurjuistheid. Het wordt één van de grootste projecten uit de geschiedenis van BOSS paints.



2011

Het hoofdkantoor in Waregem breidt flink uit: met een nieuwe opleidingsruimte en de eetplaats **Bar ABW**, vernoemd naar Antoon Bossuyt Waregem. De afhaaldienst verhuist naar het nieuwe pand en wordt daardoor een pak ruimer.

2012

colora opent haar **50^{ste} winkel**. Deze jubileumshop vind je in Kortrijk.

Het **vierde depot** voor de vakman opent zijn deuren in Gent, vlakbij Flanders Expo.

2013

BOSS paints lanceert het kleur- en behangconcept "**we are colour**": een concept waarbij je moeiteloos een wijde range aan kleuren, behangen en decoratieve technieken onderling kan combineren.

2020

BOSS paints bestaat **75 jaar**. De geplande feesten dienen uitgesteld te worden omwille van de coronacrisis.

In Hasselt wordt de **vijfde depot** geopend om zo ook de Limburgse vakschilder beter te bereiken.

2022

In Nederland wordt **colora Wijchen** geopend. Voor de BOSS medewerkers wordt een succesvolle **fietsleasing** opgezet.



colora nr. 59

Intussen heeft colora een netwerk van 57 Belgische en 2 Nederlandse winkels. Als je er foto's bijneemt, is het verschil met de allereerste colora inmiddels enorm. Het huidige, heldere en **herkenbare logo** op de gevels toont onmiddellijk dat colora vandaag nog veel méér is dan enkel een verfwinkel. Het is ook een **oase van rust en inspiratie**. Toch is die aangename, klantvriendelijke winkelrichting vooral een weerspiegeling van de essentie van colora. De heel **persoonlijke aanpak** en de **ijzersterke winkel formule** vormen samen de yin en yang van colora.

2.2.

BOSS PAINTS IN CIJFERS

1

BOSS paints
hoofdkantoor
in Waregem

59

colorawinkels

3

MILJOEN

liter verf per jaar

1945

is het **startjaar**
voor BOSS paints

5

BOSS paints
depots voor de
professionele
schilder

291

medewerkers

59

MILJOEN

euro jaarlijkse omzet

3000

M²

zonnepanelen

Een externe partner realiseert onze vliezen.

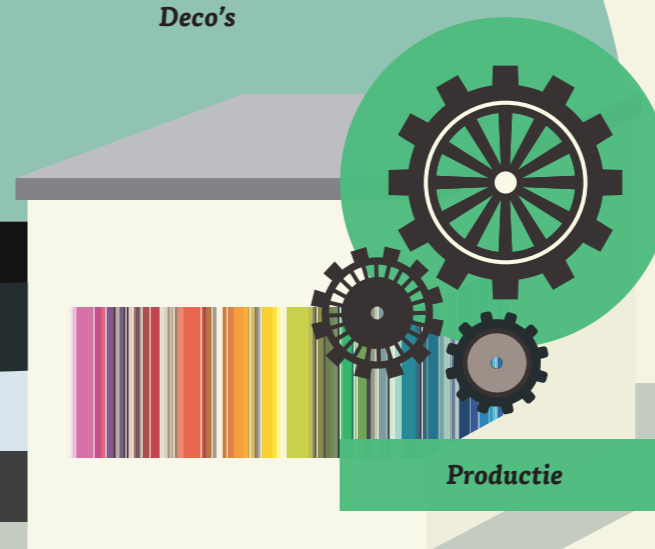
2.3. ACTIVITEITEN

Verf, en zo veel meer

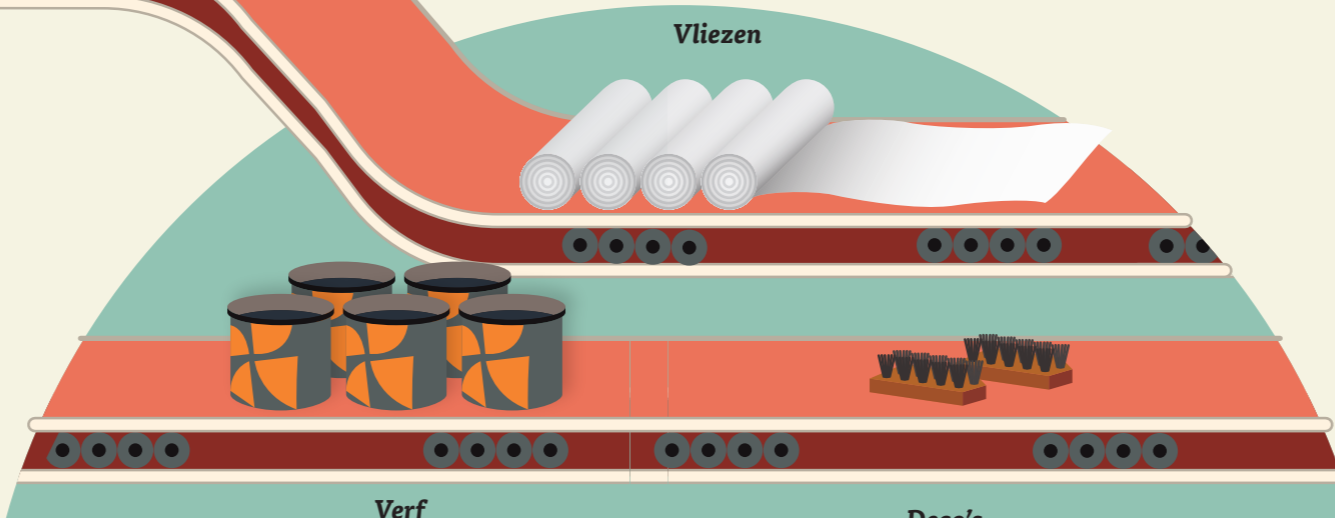
BOSS paints ontwikkelt, produceert en verkoopt **kwalitatief hoogstaande** verfproducten. Volledig op maat van zowel particulier als professional. Maar BOSS paints is veel meer dan dat. Want we begeleiden het hele proces van a tot z, en houden de touwtjes stevig in handen. Elke stap **van ontwikkeling tot verkoop** wordt door BOSS paints in goeie banen geleid. En dankzij deze unieke formule garanderen wij onze klanten een uitzonderlijke kwaliteit. Van verf, kleurencollecties tot verftoebehoren.



Ontwikkeling



Productie



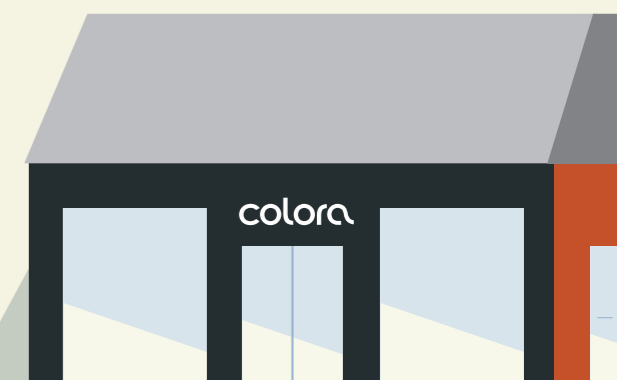
BOSS DEPOT

Professionele klanten kunnen terecht in de depots en bij colora.



Onze producten zijn beschikbaar via de webshop.

Particuliere klanten kopen onze producten bij colora of verfspecialzaken.



BOSS paints biedt verschillende diensten aan, zoals opleidingen, technisch advies, kleuradvies, machineverhuur en -herstel, DAS en marketingondersteuning.

Verftoebehoren, zoals verfborstels, tape en machines worden bij een externe leverancier aangekocht.



2.4.

ONZE EXTERNE PARTNERS

Elke dag opnieuw geven wij de waarden vorm die wij als BOSS paints hoog in het vaandel dragen. Onze bedrijfsactiviteiten zijn geworteld in een diepe waardering voor **mens en voor milieu**. Want dit drijft onze onderneming. En dit is wie we zijn.

We zijn ervan overtuigd dat dit de kern is van duurzaam ondernemen. Maar we willen onze aandacht voor mens en milieu ook uitdragen. En daarom bundelen we onze krachten met **vier structurele partners**.



BOSS paints steunt Bond zonder Naam

- omdat we willen inzetten op armoedebestrijding
- omdat we vinden dat iedereen gelijke kansen moet krijgen
- omdat verbondenheid creëren belangrijk is om de vereenzaming in onze maatschappij te doorbreken
- omdat we geloven in interculturele dialoog

Bond zonder Naam over de samenwerking met BOSS paints

“Sinds 2011 kan Bond zonder Naam op verschillende manieren rekenen op de ondersteuning van BOSS paints. Niet enkel financieel, maar ook materieel en inhoudelijk, is BOSS paints door de jaren heen een zeer belangrijke en trouwe partner van Bond zonder Naam geworden. In het voorjaar 2022 werd dankzij hun gulle financiële en materiële ondersteuning het BZN-Kansenhuis voor kwetsbare doelgroepen in armoede, helemaal opgesmukt. Eerder engageerde BOSS paints zich voor een aantal inhoudelijke activiteiten uit het Bond-to-Business programma. Met ondermeer de ervaringsgerichte kansenontmoeting tussen mensen van verschillende achtergronden konden de deelnemers elkaar ontmoeten en beluisteren en écht leren van elkaar. Zoveel oprechte dank voor de niet aflatende steun en samenwerking.”

- Barbara Torfs, directeur Bond zonder Naam

www.bzn.be



Bond zonder Naam, een organisatie die vanuit het hart kansen creëert voor iedereen.

Natuurpunt, een vrijwilligersvereniging die in de bres springt voor natuurbescherming.

Victor, een West-Vlaamse vzw die ambulante opvoedingsondersteuning biedt aan personen met autisme en hun gezin.

En **Youca**, een jongerenorganisatie die zich door tal van projecten mondiaal engageert voor een duurzame en rechtvaardige wereld.

Deze waardevolle organisaties wil BOSS paints financieel steunen door een deel van onze winst via ons Mens en Milieubudget rechtstreeks in hen te investeren. **Hierdoor willen we onze waarden door engagement in de praktijk brengen.**



BOSS paints steunt Natuurpunt

- omdat we willen investeren in de aankoop en goed beheer van natuurgebieden
- omdat we onze schouders willen zetten onder natuurstudies en milieuonderzoek
- omdat we hen slagkracht willen geven om te blijven wegen op het milieubeleid
- omdat milieuzorg onze plicht is aan volgende generaties

Natuurpunt over de samenwerking met BOSS paints

“De steun van BOSS paints is elk jaar een opsteker voor het engagement van onze vrijwilligers. Dankzij hen konden we met onze vrijwilligers extra natuurgebied en werkmateriaal aankopen. People, planet, profit. Het is voor onze partner niet zomaar een slogan. Het is een bewuste keuze. En samen realiseren we mooie projecten. **BOSS paints kleurt onze werking echt groener.**”

- Kristina Naeyaert, voorzitter Natuur.Koepel vzw

www.natuurpunt.be



De Langste tafel - Bond zonder Naam



BOSS paints steunt vzw Victor

- omdat we opvoedingsondersteuning voor mensen met autisme een basisrecht vinden
- omdat zorg in het vertrouwde thuismilieu voor hen van onschatbare waarde is
- omdat we met Victor willen samenwerken om autisme een plaats in de maatschappij te geven
- omdat we een team willen vormen om samen de barrières van autisme te overwinnen

Victor over de samenwerking met BOSS paints

“BOSS paints is voor ons op alle vlak een zeer belangrijke partner. Onze partnership is heel natuurlijk ontstaan via het veldwerk, onze kerntaak. We voelden direct dat BOSS paints een bedrijf is met het hart op de juiste plaats. En Vzw Victor is oprecht dankbaar dat we hun vertrouwen krijgen. Men gelooft in ons en men is oprecht betrokken. Dat maakt ons sterker. We verhelpen dagelijks heel veel noden waaraan we zonder de financiële steun van BOSS paints nooit zouden kunnen tegemoetkomen. **Ik ben bijzonder fier op onze partnership!**”

- Tine Dewaele, coördinator bij Vzw Victor

www.vzvwictor.be



BOSS paints steunt vzw Youca

- omdat we jongeren willen ondersteunen in hun actief engagement
- omdat we duurzaamheid, solidariteit en rechtvaardigheid kernwaarden vinden
- omdat we geloven dat projectwerk je als mens op een positieve manier vormt
- omdat we samen met Youca geloven in de kracht van jongeren wereldwijd

Vzw Youca over de samenwerking met BOSS paints

“Het partnership tussen BOSS paints en Youca werkt zeer versterkend! Door de steun aan de Youca Action Day fungeert BOSS paints voor ons in eerste instantie als kwaliteitslabel. Het schept voor andere bedrijven vertrouwen om deel te nemen. Bovendien kunnen we dankzij de steun verder investeren, waardoor we elk jaar een breder publiek bereiken en meer budget ophalen voor sterke jongerenprojecten wereldwijd. **Zo zetten we echt een stap vooruit. Een dikke merci!**”

- Jolien Vanden Wyngaert, Coördinator vzw Youca

www.youca.be

2.5.

ONS ENGAGEMENT BINNEN DE SECTOR

IVP

Ons contact met de overheid en met Europa

IVP is de **koepel van de Belgische verfindustrie**, officieel de Industrie van verven, vernissen, stopverven, drukinkten en verven voor de schone kunst. De vereniging draagt het imago uit van een duurzame, hoogtechnologise sector die zich focust op de verfraaiing van onze dagelijkse leefomgeving. Ze **informeert, geeft raad en sensibiliseert** rond belangrijke thema's zoals milieu, veiligheid, gezondheid, sociaal beleid, economie en onderzoek. Voor BOSS paints is IVP de **spreekbuis van de verfsector binnen België**. Onze vertegenwoordiger bij de **overheid, sociale partners en andere beroepsorganisaties**. Op een hoger niveau vertegenwoordigt IVP de Belgische verfindustrie in Europa via de CEPE, de vereniging van Europese verffabrikanten. Als lid van IVP houdt BOSS paints steeds de **vinger aan de pols** binnen de sector en krijgt onze onderneming **meer invloed op de actuele thema's**.

www.ivp-coatings.be

ESSENSCIA

Kennis als essentie van duurzame ontwikkeling

Essenscia groepeert 750 Belgische ondernemingen binnen de **chemische industrie**. De vereniging heeft hiermee een enorme **wetenschappelijke basis** voor innovatief onderzoek. Vanuit deze expertise gaat Essenscia samen met haar leden de grote, **wereldwijde uitdagingen** aan inzake milieu, gezondheid, energie en veiligheid. Als verffabrikant wil BOSS paints mee zijn schouders zetten onder een groene benadering van chemische producten. De Belgische chemische sector geniet internationale erkenning. **We creëren de essentie** van waaruit andere sectoren duurzame producten kunnen gaan ontwikkelen. En we hebben het voorrecht om in deze positie te staan, maar we dragen tegelijk ook een verantwoordelijkheid. Binnen Essenscia nemen we die als sector op, voor een **beter levenskwaliteit**.

www.essenscia.be

UNIFAP

Samen sterker in de markt

Als lid van UNIFAP bundelt BOSS paints de krachten samen met andere **onafhankelijke verffabrikanten**. Binnen de vereniging worden de **evoluties binnen de markt** op de voet gevolgd, er wordt gezamenlijk onderzoek gevoerd en specifieke knowhow gedeeld. Maar dat is niet alles. Als grote speler kan Unifap **wegen op onderhandelingen** en competitief grondstoffen aankopen. Hierdoor biedt de vereniging, die haar hoofdzetel in Parijs heeft, haar leden de mogelijkheid om krachtig in de markt te staan. *L'union fait la force.*

www.unifap.fr

ETION

Een warm forum voor geëngageerd ondernemen

ETION is een forum voor ondernemers die een **authentieke bedrijfsethiek** willen uitdragen. Toon Bossuyt is nationaal bestuurslid en regiovoorzitter West-Vlaanderen. Binnen ETION wordt er nagedacht over ondernemen op lange termijn, over geëngageerd leiderschap en over duurzame bedrijfscultuur. In een open sfeer en altijd met **waarden als kompas**. Dankzij ons lidmaatschap én ons engagement binnen ETION kunnen we tegelijk **anderen inspireren en onze eigen keuzes blijven evalueren**.

www.etion.be

BOSS paints is lid van: **IVP** | CEPE (*European Council of Paint and Printing Ink Producers*) | Unizo | **Unifap** | Wij Schilders | Bouwunie | Confederatie Bouw | **Essenscia** | WTCB (*Wetenschappelijk Technisch Centrum van de Bouw*) | IFB (*Instituut voor het Familiebedrijf*) | **ETION** | VIBE (*Vlaams Instituut voor Bio-ecologisch bouwen*) | VIB (*Vereniging voor Inkoop en Bedrijfslogistiek*) | Catalisti (*Catalysing innovation and transition in chemistry and plastics*) | The Shift

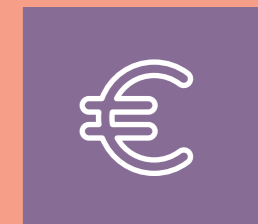
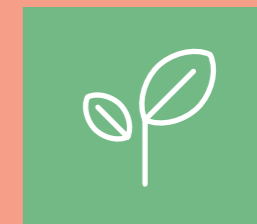
3. WAAR STAAT BOSS PAINTS VOOR?

3.1. Onze missie en onze waarden

- 3.1.1. De missie van BOSS paints
- 3.1.2. Vijf waarden als leidraad
- 3.1.3. In gesprek met Lieve Bossuyt
- 3.1.4. Sustainable Development Goals

3.2. De vijf waarden van BOSS paints

- 3.2.1. Klant
- 3.2.2. Kwaliteit
- 3.2.3. Mens
- 3.2.4. Milieu
- 3.2.5. Rendement



3.1. ONZE MISSIE EN

WAARDEN



3.1.1. De missie van BOSS paints

- › **Verf en kleur zijn onze passie.**
- › **Een passie waarmee we jouw leefwereld graag mooier willen maken.**
- › **We zijn trots op de duurzame kwaliteit van onze verfproducten en diensten.**
- › **We streven ernaar om een gezond rendement te blijven combineren met een groot respect voor mens en omgeving.**
- › **Het is onze droom om met alle klanten, medewerkers en partners op een professionele én persoonlijke manier samen te werken, ook met jou!**

• Het ontwikkelen, produceren en helpen toepassen van verf en kleur zijn de kernactiviteiten van BOSS paints. En het is onze aangeboren passie voor verf en kleur die ons voortdrijft en stimuleert. Het is dé voorwaarde voor kennis en vakmanschap.

• Wij willen mensen inspireren met onze kleuren en producten. We willen hen helpen om hun huis, hun werkomgeving, hun leefwereld te verfraaien. Met inzet en dienstverlening willen we het werk van onze klanten gemakkelijker maken, ontzorgen en voldoening geven. Het pad effenen naar een geslaagde verflklus, een goed draaiend schilderbedrijf of succesvolle verfwinkel.

• Vanaf het prille begin heeft BOSS paints gekozen voor de hoogst mogelijke kwaliteit voor onze verfproducten en diensten. Zo kunnen we op een respectvolle manier samenwerken met gelijkgestemde klanten en partners. Bovendien komt duurzame kwaliteit ook de milieubalans ten goede.

• We zijn ervan overtuigd dat het consequent in praktijk brengen van onze waarden van kwaliteit, respect voor onze klant, voor mens en voor milieu resulteert in een gezond rendement. Zo verzekeren we de continuïteit en de onafhankelijkheid van BOSS paints. We zien het als een uitdaging om een voorbeeldrol te spelen als bedrijf dat respect als uitgangspunt voor een gezond rendement ziet. We hopen dat het anderen kan inspireren.

• We willen iedereen die met BOSS paints in aanraking komt, aanspreken en inspireren. Professioneel samenwerken is een absolute voorwaarde om ons respect voor anderen te tonen. Maar daarnaast ook persoonlijk samenwerken maakt dat respect pas echt tastbaar en concreet.

3.1.2. Vijf waarden als leidraad

Onze missie is het mooier maken van de wereld om ons heen, vanuit onze passie voor verf en kleur. Maar je merkt dat onze missie heel sterk verankerd is in **vijf waarden** die we altijd als **leidraad en norm** hanteren.

- De solide vertrouwensband die we opbouwen met onze **klanten**
- De hoge **kwaliteit** die we hen blijven garanderen
- Onze **investering in de mensen** die samen alles steeds opnieuw voor elkaar krijgen
- Het **hernieuwbaar kader** waarbinnen we werken en onze **systematische inzet voor het leefmilieu**
- Én onze focus op een **gezond rendement**, zodat we dit elk jaar opnieuw kunnen waarmaken



3.1.3. In gesprek met **Lieve Bossuyt**

- INTERVIEW -

In een gesprek gaat Lieve Bossuyt, Family Officer binnen BOSS paints en bezielster van de familiewaarden, dieper in op wat de waarden voor haar betekenen. En op de manier hoe ze die waarden klant, kwaliteit, mens, milieu en rendement binnen het bedrijf mee vorm geeft. Gewoon, oprecht en inspirerend zijn dan weer drie eigenschappen die je zowel aan BOSS paints als aan Lieve zelf zou kunnen toeschrijven. “We hebben heel weinig materialistische familieleden,” glimlacht ze. “Er is echt een ingebakken overtuiging dat winstbejag niet de juiste manier is om maatschappelijk verantwoord te ondernemen. Dat zit er al decennialang in.”

Geen window dressing

BOSS paints is een nogal bescheiden bedrijf, zo werden jaren lang de wagenmerken met hoge status bewust uit de wagenlijst geweerd. Een auto dient om je snel van punt a naar punt b te verplaatsen. Niet om je status te onderstrepen. “Zeven jaar geleden, bij de start van de vergroening van ons wagenpark speelde vooral de waarde milieu een kapitale rol. Het liefste van al zouden we natuurlijk iedereen naar het werk zien fietsen. Want milieu is al vele jaren een thema waar we oprecht bezorgd om zijn. Maar als vertegenwoordiger moet je dan weer je klant kunnen bijstaan. Je kan niet zeggen: sorry, ik heb deze week al te veel kilometers gereden, het zal niet meer lukken om langs te komen,” grapt ze. “Daar weegt onze waarde klant dan weer zwaarder door. Het is voortdurend afwegen. De vijf waarden in balans houden, het vergt soms een interessante denkoefening. Maar het is nu ook niet zo dat bij elke beslissing de vijf waarden aan de muur hangen, hoor,” relateert Lieve. “Het is vooral wie we zijn.”

Een menselijke dynamiek

Maar de vijf waarden leven bij BOSS paints. Ze zijn een onderdeel van het bewustzijn. Als er iets niet helemaal strookt met de bedrijfsethiek, dan merk je dat. En dan wordt er ook over gepraat. Elke medewerker komt met onze waarden in contact. Want die medewerker staat zeker ook centraal. Het respect voor de mens is groot. Een gezellig restaurant waar enkel kakelverse producten geserveerd worden. Gratis verse soep en biofruit. Leuke sportinitiatieven. Veel inzet op samenhang. Gratis opleidingen en workshops met het oog op zelfontplooiing en persoonlijk geluk. Flexibele werkuren. Enzovoort. “De waarde mens is zo oud als het bedrijf zelf,” weet Lieve. “De tevredenheid van de medewerker. Dat is iets waar mijn grootvader Antoon in de jaren '50 al sterk mee bezig was. De mens is altijd een enorm belangrijke hoeksteen van onze onderneming geweest. We hebben een aantal jaar terug dan ook beslist om jaarlijks een deel van onze winst – de laatste jaren lag dat bedrag rond de € 150.000 – rechtstreeks

terug te investeren in initiatieven die buiten de gewone bedrijfsprocessen liggen. In vaste structurele partners die in onze ogen waardevolle dingen doen, maar we investeren ook in het geluk en comfort van onze medewerkers. Het is ook opvallend dat op de aandeelhoudersvergadering de eerste vraag meestal luidt: “En hoe is 't met de mensen hier, zijn ze content?” En niet: “Hoe zijn de cijfers?” En die betrokkenheid is authentiek, hoor. Het is geen kunstmatige vraag vanuit onze beliefs,” stelt ze krachtig.

In de genen

Zelfs de manier van omgaan met klanten is anders. BOSS paints is ervan overtuigd dat het principe van zoveel mogelijk verkopen – nochtans het credo van nagenoeg elke sales manager – niet getuigt van veel respect voor je klant, noch de juiste aanpak is. Bij BOSS paints wordt een klant anders benaderd. Je polst vooral naar zijn behoeftes. Je denkt mee en je zoekt samen naar de beste oplossing voor dat specifiek probleem. Je helpt met oplossingen. En de



verkoop wordt gegeneerd uit het overbrengen van het oprechte idee dat jij de beste oplossing, de beste service en het kwalitatiefste product hebt. Niet uit de pure overredingskracht van een verkoper. We vragen Lieve hoe een dergelijke klantenbenadering vorm krijgt. Is dit een bewust uitgetekende strategie? “Ja en nee, het is niet zo dat we op een bepaald moment beslist hebben om die waarden te gaan nastreven,” nuanceert ze. “Toen we een twintigtal jaar terug het familiecharter opstelden, hebben we lang nagedacht over wat ons drijft, wat er bij ons leeft, waar we heel veel belang aan hechten en waaraan minder. En toen zijn die vijf waarden klant, kwaliteit, mens, milieu en rendement naar boven gekomen,” herinnert Lieve zich. “Want net zoals dat menselijke aspect is ook dat milieubewustzijn een familie-eigenschap. Mijn oom Jan was een echte pionier op dat vlak. In het begin van de jaren '70, lang vóór het milieu zo'n brandend actueel thema werd, zette hij zich al in om de milieu-impact van de productontwikkeling in kaart te brengen en waar mogelijk te minimaliseren. Natuurlijk is het zo dat onze meest drastische ingrepen zich in de laatste 20 jaar concentreren, maar voor die tijd was dat milieubewustzijn echt niet vanzelfsprekend.”

Continuïteit

En dat rendement dan? Het is natuurlijk logisch dat je bedrijf moet renderen. Maar op welke manier is dit een waarde van BOSS paints? “De waarde rendement staat niet zómaar achteraan. Het is niet zo dat de waarden in een bepaalde volgorde staan, maar de laatste staat wél bewust laatst. Het rendement is geen doel op

zich, maar een voorwaarde óm de andere waarden te kunnen nastreven. We keren aan onze aandeelhouders trouwens ook geen jaarlijkse dividenden uit. Het rendement dient om duurzaam te kunnen ondernemen. Om te kunnen blijven investeren in klant, kwaliteit, mens en milieu. Sowieso zijn er als bedrijf investeringen die je moet doen om te voldoen aan de steeds strengere wetgeving. Dus je hebt die winst wel nodig om je verhaal te laten verdergaan. En de groei die we nastreven is bedoeld om onze medewerkers gemotiveerd te houden. Nieuwe projecten opzetten, nieuwe markten aanboren, enzovoort. We willen nieuwe uitdagingen kunnen aanbieden. En mensen aantrekken die geprikkeld worden door wat we doen. Wat we doen willen we goed doen, zodat we er rendement uithalen om de continuïteit te garanderen. In die zin hebben we ook een zeer duurzaam systeem gecreëerd,” aldus Lieve Bossuyt.

Anderen inspireren

BOSS paints is inmiddels al vrij bekend als een zeer waardengedreven bedrijf. Dat komt enerzijds natuurlijk door het opvallend atypische karakter, maar anderzijds evenzeer door de wil om anderen te inspireren. Want duurzaamheid gaat over veel meer dan als bedrijf je verantwoordelijkheid nemen. Het gaat over het uitdragen van de boodschap. Een effect teweeg brengen en iets in beweging zetten. En dankzij een groot draagvlak de leefwereld zo positief mogelijk beïnvloeden. “We geven soms lezingen. En niet om politici en academici te gaan imponeren en onszelf op de borst te kloppen, hoor. Dat vinden we minder zinvol. We doen het vooral als we weten dat we andere

**“HET IS NIET ZO DAT WE
VÓÓR ELKE BESLISSING
DE VIJF WAARDEN ERBIJ
NEMEN. HET IS GEWOON
WIE WE ZIJN.”**

bedrijven kunnen inspireren en als we weten dat we het bewustzijn rond bedrijfsethiek kunnen triggeren.”

Is duurzaam ondernemen zinvol? Zijn al die inspanningen uiteindelijk niet gewoon een druppel op een hete plaat? Lieve Bossuyt deconstrueert meteen het hele idee. “We zijn ervan overtuigd dat er een ander denkpatroon moet komen. En het zal wel gebeuren, het hangt er alleen vanaf hoe snel. Daarom zijn we ook in het SDG-model gestapt. Die wereldwijde Duurzame Ontwikkelingsdoelen hebben één groot voordeel: ze zijn herkenbaar. Hiermee kunnen we op Europees niveau makkelijker communiceren over waar we mee bezig zijn. Onze vijf BOSS-waarden hebben een iets beperktere draagkracht naar de buitenwereld toe. Als we ze linken met de erg visueel voorgestelde Sustainable Development Goals kunnen we onze waarden nog veel verder uitdragen. En hoe meer bedrijven dat oppikken, ingrijpen en erover communiceren, hoe sneller onze leefwereld kan veranderen,” besluit Lieve.

3.1.4. Sustainable Development Goals

› Het waardenkompas voor duurzaam ondernemen

De grootste troef van onze samenleving is haar voortdurend streven naar vooruitgang. De stappen die de voorbije eeuwen werden gezet, zijn het bewijs dat de mens een enorm potentieel bezit. Wij zijn in staat om dingen grondig te veranderen en ons leven beter en mooier te maken. Helaas wordt meer en meer duidelijk dat onze ingrepen ook negatieve gevolgen met zich meebrengen. Zowel voor de mens zelf als voor de planeet waarop hij leeft.

Vanuit de overtuiging dat er grenzen zijn aan onze draagkracht en aan die van onze planeet stelden de Verenigde Naties in 2015 de **2030 Agenda voor Duurzame Ontwikkeling** op. Deze agenda is een wereldwijd actieplan voor 15 jaar ver, en formuleert **17 cruciale doelstellingen die de VN tegen 2030 willen bereiken**: de Sustainable Development Goals, kortweg SDG's. Deze duurzame ontwikkelingsdoelstellingen vinden hun wortels in 5 fundamentele domeinen: **Mens, Planeet, Welvaart, Vrede en Partnerschap**.

Het **actieplan** heeft als doel om voor de hele wereldbevolking, voor ons klimaat en voor onze planeet in haar geheel een duurzaam bestaan te realiseren. Met vrede als fundament en met duurzame welvaart als resultaat. En met de overtuiging dat we dit enkel via een **mondiale, geïntegreerde samenwerking** kunnen bereiken.

De 17 vooropgestelde doelstellingen kunnen we bereiken door **actief in te zetten** op de 169 praktische, heel grijpbare subdoelstellingen die worden aangereikt. En elk lid van de Verenigde Naties verbindt zich ertoe om deze doelstellingen systematisch en actief na te streven. Onder meer door zijn ondernemingen aan te sporen, de voor hen **relevante doelstellingen** uit te lichten, ze zonder uitstel op de agenda te plaatsen en zich erop te focussen. Want enkel zo kan onze wereld tegen 2030 een **positieve transformatie** ondergaan.

Een duurzame, betere wereld is iets waarvoor we bij BOSS paints altijd de handen uit de mouwen steken. We zijn ervan overtuigd dat dit iets is waaraan we hard moeten blijven werken. En dat we dat samen en op een geïntegreerde manier moeten doen. **Daarom ondertekende BOSS paints het SDG-Charter en nemen we deze doelstellingen op in ons duurzaamheidsverslag.** De structuur van het duurzaamheidsverslag is gebaseerd op de 5 waarden van BOSS paints. We vinden het echter ook zeer nuttig om de SDG's van de VN op te nemen in dit verslag.

› SDG's op maat van BOSS paints

BOSS paints heeft uit de 2030 Agenda voor Duurzame Ontwikkeling 5 van de 17 doelstellingen vooropgesteld, waarbinnen we als duurzame onderneming actief het verschil kunnen en willen maken.

Hiermee willen we mee **de boodschap uitdragen** dat er iets moet veranderen aan onze huidige consumptie- en productiepatronen. Zowel voor de toekomst van de mens als voor de toekomst van de wereld waarin hij leeft.

Verder vind je een overzicht van alle Sustainable Development Goals - of Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen - waarbij we de 5 SDG's kort toelichten waarop BOSS paints actief inzet.

De **vijf uitgelichte icoontjes** zal je herkennen in het volgende gedeelte, waarin we onze duurzame initiatieven, ingrepen en sensibiliserende activiteiten even kort voorstellen. Deze herkenbare symbolen markeren waar we actief inzetten op één van de Duurzame Ontwikkelingsdoelen.

Lees meer over Sustainable Development Goals via [SDGs.be](https://www.sdg.be)



3 Goede gezondheid en welzijn

Verzeker een goede gezondheid en promoot welzijn voor alle leeftijden

Door tal van gezonde, groene en ondersteunende initiatieven probeert BOSS paints voor zijn medewerkers een gezond werkklimaat en een aangenaam werkkritme te scheppen. We geloven in wederzijds respect en zijn ervan overtuigd dat een gemotiveerde, gezonde medewerker de sleutel is tot een geëngageerde, duurzame onderneming. Door de Covid-pandemie is nog eens te meer gebleken hoe belangrijk gezondheid is. Toen hebben we er alles aan gedaan om te voorkomen dat er besmettingen op het werk gebeurden en dankzij de snelle en goede aanpak hebben we het aantal zieke collega's behoorlijk kunnen beperken.

4 Kwaliteitsonderwijs

Verzeker gelijke toegang tot kwaliteitsvol onderwijs en bevorder levenslang leren voor iedereen

Dankzij continue persoonlijke ontwikkeling kan elke medewerker blijven groeien en voldoening vinden. Bij BOSS paints bieden we onze medewerkers daarom een platform om volgens interessegebied en capaciteiten te blijven leren. Want leren is één van onze basisbehoeftes en het stelt ons in staat om mooie dingen te realiseren. Zowel in onze job en in ons persoonlijk leven als voor de maatschappij in haar geheel.

8 Waardig werk en economische groei

Bevorder aanhoudende, inclusieve en duurzame economische groei, volledige en productieve tewerkstelling en waardig werk voor iedereen

Bij BOSS paints gaan we uit van gelijkheid als grondbeginsel voor duurzaam ondernemen en voor duurzame groei. Kaderlid, arbeider, directielid of bediende: we trekken samen aan het zelfde touw en we gaan samen voor mooie resultaten. Daarom geloven we ook dat iedereen gelijk is, gelijk moet behandeld worden en evenredig gewaardeerd moet worden voor zijn of haar job. Hierin, in dit samen werken, ligt één van de sterktes van ons succesverhaal.



12 Verantwoorde consumptie en productie

Verzeker duurzame consumptie- en productiepatronen

Als verbruiker heeft BOSS paints een voortrekkersrol in de groene benadering van chemische producten en productieprocessen. Die verantwoordelijkheid nemen we plichtsbewust op en dankzij onze wetenschappelijke expertise boeken we hier mooie resultaten. Ecologisch inkopen en produceren vergt kennis, moed en inzet. Maar het is absoluut nodig. En hiermee willen we een krachtig signaal geven aan andere bedrijven en andere sectoren.

13 Klimaatactie

Neem dringend actie om klimaatverandering en haar impact te bestrijden

Als ondernemer draag je bij uitstek de verantwoordelijkheid om de impact van je activiteiten op het milieu te beperken. En bij BOSS paints zetten we sinds jaar en dag onze schouders onder groene initiatieven. Zodat we samen, als bedrijf én als individuele medewerkers, werk kunnen maken van een kleinere ecologische voetafdruk. Want in team groener werken, is géén druppel op een hete plaat. Het heeft een enorme impact.

Samen voor duurzaam

Zo slaat BOSS paints als team de handen in elkaar om de Duurzame Ontwikkelingsdoelstelling tegen 2030 te helpen behalen.



- › Elke medewerker heeft recht op 5 dagen vrijwillig in te zetten onbetaald verlof.
- › Ook in de productie zetten we in op ergonomie. We verplaatsen zware verfemmers met een grote zuignap en vermijden zo rugklachten.



- › Dankzij Everest wordt elke medewerker gecoacht en gestimuleerd om te blijven groeien in zijn vak.



- › Ons HR-beleid waakt erover dat onze medewerkers graag bij BOSS paints werken.
- › Door Fairtrade koffie te kopen, zorgen we ook voor waardig werk en een eerlijk inkomen voor de koffieboeren.



- › Er wordt meer gefietst dankzij ons fietslease aanbod. Zo kunnen medewerkers goedkoper een fiets aanschaffen, dankzij deze actie hebben enkele collega's zelfs hun tweede wagen weg gedaan.
- › We zijn de eerste stappen aan het zetten in een traject rond Human Rights and Environmental Due Diligence. Dit houdt in dat we onze leveranciers gaan aan de tand voelen over hoe zij omgaan met mensenrechten en duurzaamheid. Het doel is natuurlijk om de leveranciers aan te sporen om duurzamer te werk te gaan.



- › In 2011 legden we een groendak aan op de bedrijfsgebouwen.
- › Het uitgebreide mobiliteitsbeleid zorgde voor een ware shift in ons wagenpark. In 2021 waren 87% van de nieuwe bestelde wagens oplaadbaar, in 2022 bestaat onze wagenlijst enkel nog uit volledig elektrische wagens. Onder de waarde "milieu" vind je nog meer info.

3.2. DE VIJF WAARDEN VAN BOSS PAINTS

Klant, Kwaliteit, Mens, Milieu en Rendement.

Het zijn de vijf pijlers waarop onze missie steunt. Meer nog, net dankzij deze waarden is en blijft BOSS paints een duurzame onderneming. In alles wat we bij BOSS paints ondernemen waait de geest van deze vijf waarden. Het is doortrokken van transparantie en authenticiteit.

In dit hoofdstuk laten we de vijf waarden van BOSS paints uitgebreid aan bod komen. We lichten ze één voor één toe en we tonen op welke manier we ze in de praktijk brengen.

3.2.1.
KLANT

36



3.2.2.
KWALITEIT

42



3.2.3.
MENS

54



3.2.4.
MILIEU

60



3.2.5.
RENDEMENT

68





3.2.1.

KLANT

3.2.1.1. Een warme gemeenschap

Tevreden klanten. Het is dé reden waarom we het allemaal doen, en waarom we het blijven doen. En het grootste compliment dat je kan krijgen, is iemand die gelooft in jouw product. Iemand die je overtuigd hebt om met jou in zee te gaan én die dat blijft doen. Omdat het de **beste oplossing** is. Daarvoor zijn wij heel dankbaar. En dat willen we ook laten zien. Want bij BOSS paints gaan we altijd *the extra mile*. En hierdoor krijgt elke klant van ons altijd een **unieke serviceformule**. De vakman, de particulier, de zelfstandige verf- en decoratiewinkel en de tussenmarkt. Op deze vier niveaus bieden wij ondersteuning op maat van de klant. Met topproducten en met een ongeziene dienstverlening. En onze ambitie? Een warme gemeenschap creëren voor onze klanten. Een solide en **vertrouwensvolle samenwerking** opbouwen. Een hechte band smeden. En onze klanten fier maken. Op onze samenwerking én op hun mooie resultaat dankzij BOSS paints.

3.2.1.2. Onze klanten

Wie zijn onze klanten? Ze hebben diverse achtergronden. Ze hebben verschillende doelen, plannen en ambities. En ze komen uit alle windrichtingen. Maar één ding hebben ze allemaal gemeen. Ze verwachten iets méér. Kwaliteit, een goeie service en bijgestaan worden doorheen het hele proces. Die unieke nabijheid, de gekende **dienstverlening** en de **goeie producten**, dat is wat BOSS paints kenmerkt. Dit vinden onze klanten zo belangrijk, en hierdoor zijn onze klanten ons ook zo trouw.

› De vakman

De basis van onze business. En het allereerste uitgangspunt van de eerste generatie. Toen Antoon Bossuyt besloot om zelf verf te maken, deed hij dat in eerste instantie voor zijn collega-vakmannen. En de vakschilder is tot op vandaag nog steeds een heel belangrijke klantengroep. Zowel de éénmanszaak als het grote schildersbedrijf. Vakschilders kunnen bij BOSS paints steeds terecht voor al hun **verf**, hun **schildersbehoeftes** en ons uitgebreide aanbod van **diensten**. En dankzij onze enorme expertise zijn wij nog steeds het beste geplaatst om te voldoen aan heel hoge eisen. Met een partner als BOSS paints kan elke vakman zijn klant een verbluffend resultaat garanderen.

› De particuliere klant

Met colora brengen we kwaliteit voor elke consument. colora, ons direct kanaal voor de particuliere schilder werd door Jan Bossuyt opgericht in 1981 en telt anno 2022 maar liefst 59 winkels, waarvan 57 in België en 2 in Nederland. Van de 1^{ste} tot de 59^{ste} colora zijn altijd twee hoofdingrediënten de sleutel tot succes geweest: een unieke, **sfeervolle winkelformule** én een **lokale uitbater**. Dit zijn de yin en de yang. BOSS paints heeft ongeveer de helft van de colora's in eigen handen. De andere helft wordt uitgebaat als zelfstandige franchisewinkel. Maar elke winkel draagt op dezelfde manier op waarden van BOSS paints uit. Op haar persoonlijke, aangename en herkenbare manier steekt colora de hand uit naar elke particulier. De missie van colora luidt dan ook: "colora wil je helpen je huis mooier te maken. Met duurzame verf, maar vooral met heel veel passie en persoonlijk advies."





3.2.1.3.

Dicht bij de klant

Echt blij worden van een tevreden klant: Korneel Verhaeghe, commercieel directeur bij BOSS paints, spreekt over customer intimacy. We spraken met hem en vroegen wat hij concreet onder die term verstaat.

- INTERVIEW -

Écht geïnteresseerd

“Customer Intimacy is een bestaand begrip, waar we bij BOSS paints & colora onze eigen invulling aan geven. We vertrekken vanuit de idee dat verf maar een tussenstap is; de klant die tevreden is met de mooie muur is het echte eindpunt. Het gaat bij ons dus niet zozeer over maatwerk voor elke individuele vraag, maar wel over écht bezig zijn met de klant, met zijn behoeftes en projecten. En daar dan ons allerbeste antwoord op geven.”

Met mensen

“Om dat beste antwoord te kunnen geven, moeten we dicht bij die klant staan. En dat doen we met een heleboel mensen. Van bij het eerste klantengesprek met zijn vertegenwoordiger wordt er gepolst naar wat voor die vakman nu echt belangrijk is. En daar werken we vervolgens aan met een heel klantteam, met daarin ook nog een technisch adviseur, een kleuradviseur, de medewerkers van de commerciële binnendienst en de lokale depot en colora. De klant kiest hoe hij bestelt, waar hij zijn producten krijgt en voor wie hij een vraag heeft. En als hij nood heeft aan opleiding, in BOSS paints of op de werf, met vragen zit over een machine, een productstaal of een kleur op maat, dan leert hij nog een pak gemotiveerde collega's kennen.”

Verven vol vertrouwen

“Ook bij colora is “de beste oplossing voor de klant” de essentie. We verkopen niet zomaar een pot goeie verf, maar wel die verf én toebehoren die het beste past bij de noden van de klant, inclusief alle moge-

lijke kleur- of verfadvisie waar de klant behoefte aan heeft. Want zowel bij BOSS paints als colora zoeken klanten bij ons betrouwbaarheid. Zekerheid dat ze hun verfklus met onze producten en advies tot een goed einde zullen brengen.”

De volgende stap

“De voorbije jaren hebben we al sterk ingezet op digitalisering, en die beweging trekken we nog verder door: van nieuwe ERP-, CRM- en toonbankpakketten over digitale marketing en nieuwe webplatformen. De digitale evolutie is geen doel op zich, maar een middel om onze ambities waar te maken. Om op een efficiënte en haalbare manier dicht bij de klant te staan, om hen te ontzorgen en hen net op het juiste moment de juiste informatie te geven. Het is zeker geen vervanging van onze menselijke troeven, maar net een middel om onze teams nog beter te connecteren en in te zetten voor die klant. Het is een steile ambitie, maar niemand is beter geplaatst dan ons om hem waar te maken. En als het ons lukt, hebben we zeer sterke troeven in handen.”

“ZOWEL BIJ BOSS PAINTS ALS COLORA ZOEKEN KLANTEN BIJ ONS BETROUWBAARHEID. ZEKERHEID DAT ZE HUN VERFKLUS MET ONZE PRODUCTEN EN ADVIES TOT EEN GOED EINDE ZULLEN BRENGEN.”



PROJECT IN DE VERF!

Plopsahotel in De Panne

Om het Plopsahotel in De Panne tot een goed einde te brengen, vertrouwde het Plopsa bouwteam voor de verf op BOSS paints en voor de uitvoering op Veldeman. Luc Van der Biest, Construction & Investment Director van Plopsa en Toon Veldeman, CEO van schilderbedrijf Veldeman vertellen over dit unieke project.

Bouwen in coronatijden en aan een ongekeerde snelheid van ruwbouw tot afwerking, maakt dat het Plopsa bouwteam soms zeer creatief moet zijn om binnen het strikte timeframe af te werken. Om dat te kunnen doen, benoemde Luc Van der Biest het grote belang van samenwerken met mensen en bedrijven waarbij het einddoel niet de bestelbon of het contract is. Vertrouwen en het gegeven woord is voor Luc Van der Biest de bezegeling van een akkoord om dit project samen te verwezenlijken. De samenwerking begint pas echt op datzelfde ogenblik.

Bereikbaarheid, betrouwbaarheid, flexibiliteit, engagement en dat met wederzijds respect, zijn de waarden die Luc Van der Biest wil terugvinden bij de bouwpartners en leveranciers. “Samen uit, samen thuis” dat is voor het Plopsa bouwteam heel belangrijk... samen gaan tot de eindmeet, binnen de opgelegde tijd en budget. In de 23 jaar dat Plopsa telkens opnieuw koos voor de verf van BOSS paints is er een goede vertrouwensband gecreëerd.

Luc Van der Biest over BOSS paints: « Jullie zijn een Belgisch familiebedrijf met vergelijkbare waarden waar een woord een woord is, het stopt bij jullie ook niet wanneer de bestelling binnen is. Jullie mensen nemen het engagement serieus en gaan mee in het bad voor het eindresultaat. Bij het team van BOSS paints vinden we een voor ons onmisbare ervaring in technisch advies terug, kennis van ondergronden en productlimieten, ook heel korte lijnen in moeilijke omstandigheden en in functie van lange termijn oplossingen. En last but not least... tijdens de werken komt het team van BOSS medewerkers steeds met oplossingen en niet met problemen, die hebben we gezien onze vaste tijdsplanningen al genoeg :-).

Op mensen kunnen rekenen om “samen” te gaan tot de eindmeet... is de reden waarom we al jaren samenwerken: ook dat is betrouwbaarheid op lange termijn.»

In dezelfde uitdagende omstandigheden deed de firma Veldeman de schilderwerken waarbij de projectleider vooral zijn meest prangende vragen betreffende wat, hoe en waar altijd kwijt kon en het zeer apprecieerde dat het antwoord nooit lang op zich liet wachten. Aanvankelijk komt zo'n werf traag op gang, voor de schilderwerken dan toch, maar eens in de eindsprint is de logistiek zéér belangrijk: BOSS paints zocht altijd alternatieve mogelijkheden om verder te kunnen werken, zelfs al waren de bestellingen door omstandigheden soms buiten de normale besteluren. De werfbegeleiding zorgde ervoor dat er, waar nodig, een directe communicatie aangaande verf, mogelijkheden en limieten was met de opdrachtgever of ontwerper waardoor de verwachtingen correct waren. Dat alles samen zorgt, met respect voor de planning, de goeie samenwerking, uitvoering door ervaren en gemotiveerde ploegen, voor een tevreden eindklant. Die bovendien ondertussen terugkomt voor andere, nieuwe werken.



3.2.1.4. Alles voor een tevreden klant.

Verf is een **halffabrikaat**. Dat wil zeggen, het werk is pas af nadat je ermee geschilderd hebt. En dat betekent dus dat het eindresultaat niet enkel afhangt van de verfkwaliteit, maar evenzeer van een professionele afwerking. Jan Bossuyt kwam jaren geleden tot deze conclusie. Vanuit die gedachte werd de **uitgebreide BOSS paintsdienstverlening** in het leven geroepen. En dit systeem werd steeds verder uitgebouwd. We staan onze klanten op alle vlak bij. We begeleiden hen volgens hun behoefte naar het perfecte eindresultaat. Wij gaan voor **100% tevreden klanten**.

› Een overzicht van onze diensten.

- Leveren, afhalen en ophalen retour

Een mooi aanbod met bestel-, afhaal-, lever- en retourneeropties. Bestellen kan op vele manieren. En we leveren bij de klant, in elk depot en elke colora én op de werf zelf. Flexibiliteit bij bestelling en levering is een belangrijke sleutel tot een tevreden klant.

- Professioneel technisch advies

BOSS paints ondersteunt met expertise. Een nieuwe techniek, een specifieke ondergrond of het maken van de juiste verfkeuze. Vakmannen kunnen steeds op ons advies rekenen. Telefonisch én op de werf. En voor de particulier staan we klaar met advies in elke colorawinkel.

- Dienst na verkoop

Meedenken met de klant op een moeilijk moment is van cruciaal belang. Bij problemen staan we altijd onze vakman bij met het juiste advies, met de nodige ondersteuning en met een goeie oplossing.

- Professioneel kleuradvies

Consumentenadvies aan huis bij de samenstelling van het kleurenpalet. Op maat van de leefruimte. In harmonie met de stijl van de klant. Ook vakschilders kunnen via een van de kleur- en interieurexperten van BOSS paints een professioneel kleuradvies aanbieden aan hun eindklant.

- Machineservice

MY-MX, ons eigen revolutionair kleurenmengsysteem met officieel de hoogste kleurjuistheid op de markt. Eén van de grote troeven van onze verven. En het systeem wordt volledig ondersteund door een gespecialiseerde onderhoudsploeg.

Ons eigen revolutionair MY-MX-kleurenmengsysteem met officieel de hoogste kleurjuistheid op de markt is één van de grote troeven van onze verven. Daarom verzorgt een gespecialiseerde onderhoudsploeg van de dienst Machineservice alle onderhoud en herstellingen.

- Opleidingen

Een op en top vakschilder blijft altijd kennis bijschaven. In de 3 opleidingscentra staan de instructeurs van BOSS paints tijdens een van de vele theoretische en praktische opleidingen met de glimlach voor iedereen klaar.

Werfassistentie

Een ploeg praktijkmensen helpt de vakschilder mee op de werf voor het plaatsen van decoratieve technieken, Acasa of om te verspuiten. Daarnaast begeleiden we ook de opstart bij verspuiten of het plaatsen van Acasa en geven we deco demo's.

- Kleurondersteuning labo

Naast de 50.000 kleuren van ons kleurenmengsysteem biedt BOSS paints ook de mogelijkheid om in het labo een kleur op maat te laten ontwikkelen. Een sterk staaltje technologie. Daarnaast kun je de kleur ook laten uitschilderen.

- Marketingondersteuning

Een allround service voor de vakman door het BOSS paints marketingteam. Een creatieve duw in de rug voor elke solide partner van BOSS paints. B2B en B2C. Online en offline.

- Verfafvaldienst

Gevaarlijk verfafval reglementair verwijderen? Lig er als vakman niet wakker van, want dat doet BOSS paints. De vakman kan zijn afval meegeven met het vervoer of komen binnen brengen in 1 van onze depots, wij zorgen voor een correcte verwerking.

- Stalendienst

Verhuur van allerhande uiterst kwalitatieve stalen van de meeste van onze producten. Een meerwaarde in het verkoopgesprek en hulp in het keuzeproces van de eindklant. Ook specifieke uitvoeringen of kleuren van standaarddecotechnieken kunnen op maat gemaakt worden.

- Deco op maat

Met Deco op maat kan de vakschilder nóg beter aan de verwachtingen van de klant tegemoet komen. We ontwikkelen aan de hand van onze bestaande decoratieve technieken op een professionele manier een gepersonaliseerde decoratieve techniek.

- Schilderzoektschilder.be

Hét online platform van en voor schilders. BOSS-vakschilders kunnen hier werven aanbieden of op werven solliciteren. Zo verenigen we vraag en aanbod op de schildersmarkt op een heel handige manier.

› BOSS paints: een warm familiegevoel dat mooi uit de verf komt

BOSS paints is een familiebedrijf ten voeten uit. Dat warme gevoel van samenhang en verbondenheid dragen we graag uit naar onze BOSS paints schilders. Hoe? Zoals dat in elke goede familie gaat: met een feestje op zijn tijd! De voorbije 2 jaar stak corona helaas meer dan eens stokken in de wielen. Maar zelfs dat hield ons niet tegen: we vonden oplossingen in webinars en kleinschalige events met tijdsloten. Toch kan niets écht contact vervangen, en vanaf 2022 zijn we klaar om weer volop te knallen! Op het programma: een prikkelend aanbod feestelijke activiteiten en uitstappen die lang zullen nazinderen. Denk maar aan een topreis naar de Côte d'Azur, een spetterend feest voor de 75^{ste} verjaardag van BOSS paints, een fijne familiedag in Plopsaland De Panne en nog zoveel meer! Heerlijke gelegenheden om te ontspannen, elkaar te ontmoeten, te genieten. En honderduit bij te praten, natuurlijk. Over het werk? Jawel, maar vooral ook over het goede leven!



BOSS Afterwork 2022



3.2.2.

KWALITEIT



3.2.2.1. Een kwalitatief eindresultaat

Kwaliteit is een zeer ruim begrip. We kunnen er heel veel onder verstaan. En bij BOSS paints hebben we lang geleden de denkoefening gedaan. Het uitgangspunt is steeds geweest: alles wat invloed heeft op het eindresultaat, de tevredenheid van de eindklant én de tevredenheid van de schilder beschouwen wij als een onderdeel van onze kwaliteit. Wij nemen de verantwoordelijkheid op om dat **onberispelijke eindresultaat** en de hele weg ernaartoe zo kwalitatief mogelijk te maken.

Dat doen we door zeer hoogstaande verfproducten, verftoebehoren en diensten aan te bieden. Verfproducten die aan de verwachtingen van de schilder én de eindklant voldoen, zowel naar levensduur als naar kleurjuistheid. Naast een volledige **ondersteuning** van de schilder die de werken uitvoert. Zodat hij dankzij onze dienstverlening en onze technisch hoogstaande en gebruiksvriendelijke producten ook zijn kwaliteit altijd kan garanderen.

› Het begrip kwaliteit volgens onze R&D-afdeling

Vanuit een technisch-esthetisch perspectief kunnen we het containerbegrip kwaliteit opdelen in drie categorieën.

- Levensduur

Een kwalitatief product is in de eerste plaats een product dat lang meegaat en lang mooi blijft. Dit betekent op langere termijn een goeie hechting, stoot- en krasvastheid en kleurvastheid. Maar onder levensduur rekent men op korte termijn ook eigenschappen als de kleurjuistheid, de vloeien en de glansgraad van de verf. Want als het resultaat niet voldoet aan de verwachtingen dan moet het schilderwerk worden overgedaan, en is de levensduur welgeteld één dag geweest. Dus in dit opzicht is dit aspect van **kapitaal belang voor de eindklant**.

- Gebruiksgemak

Naast levensduur speelt ook nog een andere factor een uiterst belangrijke rol. De verf moet efficiënt en degelijk zijn in gebruik. Hierbij spreken we over de dekkracht, de effenheid, het uitdrogen en in feite alles binnen de samenstelling van het product dat invloed heeft op het schilderen op zich. Een verf waarmee je makkelijk en snel tot een mooi resultaat komt, is **voor de schilder een basisvereiste**.

- Sfeer en beleving

Het derde en laatste aspect binnen het begrip kwaliteit is het esthetische aspect, de pure schoonheid van het resultaat. Hier spelen professioneel kleuradvies, een goeie verftechniek en de uiteindelijke **uitstraling van het interieur** een rol bij de kwaliteit. En deco's onderscheiden zich hierin vanzelfsprekend duidelijker dan effen verven.



3.2.2.2.

De dunne lijn tussen kwaliteit en duurzaamheid

Een gesprek met Ward Bossuyt en Frederik De Buysser

- DUBBELINTERVIEW -

Frederik werkt als Directeur Productontwikkeling. Ward is Senior R&D Expert Kleur en Milieu.

Kwaliteit is één van de kernwaarden van BOSS paints. Hoe brengen jullie dit kwaliteitsprincipe over naar de hedendaagse markt, waar vaak een prijzenslag heerst?

Frederik: Door ons in alle opzichten te profileren als een professioneel merk. Onze slogan is "Verven vol vertrouwen". En onze vakkennis is zeer groot.

Ward: (vult aan) Ja, maar ook ons hele idee van we laten je niet in de steek, hé. Dat is ook belangrijk in onze communicatie. En dat zet die kwaliteit nog meer in de verf.

Frederik: Ons kwalitatieve imago is er eigenlijk dankzij het hele pakket. Net die combinatie van een zeer sterk product, een grote technische kennis en die allround service maakt van ons een erg betrouwbare partner.

Is die lange garantie op je product daar ook een onderdeel van? Tien jaar garantie op buitengevels na één jaar afwerkingslaag. Hoe belangrijk is het voor jullie om dit te kunnen claimen?

Frederik: Dat geeft vertrouwen aan de klant. Die 10 jaar is eigenlijk een sterk verkoopverhaal. Dat schuift één element van onze dienstverlening krachtig naar voor. Maar in werkelijkheid doen we veel méér dan dat.

Ward: (pikt in) Ik zou het zelfs nog krachtiger stellen dan: "Dat is een verkoopverhaal." Want dat impliceert een beetje dat het niet klopt. En dat doet het net wél! Bij goeie marketing dekt de vlag de lading. En dat is bij BOSS paints zéker het geval. Meer zelfs, de lading is veel groter dan de vlag! Maar het klopt

wel dat die garantie iets tastbaars geeft. De klant wil dat ook liever zo. Hij wil geen tien pagina's lezen over je dienstverlening. Hij wil een paar sterke elementen uitgelicht zien.

Frederik: De klant weet ook wel dat je zoiets niet zomaar zegt. Bovendien is het bij ons gratis. Met één primerlaag en één deklaag krijg je ze, sowieso. Je hoeft ze niet te kopen.

Ward: Dat kadert allemaal in het ontzorgen van onze klant. Hij wil gerust zijn. Geen miserie. En die oprechte vertrouwensband geven wij vanuit ons product mee vorm. Het is hetzelfde met de dekkracht van onze verven. Die is enorm gestegen de laatste jaren. En verkopen we daardoor een paar liter minder, so be it. Maar onze klant wéét intussen: bij BOSS paints ben ik zeker van de beste kwaliteit. En dat is veel meer waard. We zetten hier echt in op een duurzaam verhaal.

Wordt die kwaliteit ook aangestuurd door de behoefte van de klant?

Frederik: Natuurlijk! Onze ontwikkelingen zijn zeer marktgedreven. Dat sluit ook perfect aan bij wat Ward daarnet zei. Als een schilder vindt dat onze verf te dun is, dan is dat voor hem een ongemak. Wij willen uiteindelijk iets ontwikkelen waar de klant tevreden mee is, dus dan moet je voortdurend naar je klant luisteren. Zo simpel is het in feite.

Dat lijkt makkelijker gezegd dan gedaan. In de praktijk zal dat toch wel allemaal niet zo eenvoudig zijn?

Frederik: Het leunt toch dicht bij de realiteit aan, hoor. Er zijn bijvoorbeeld een twintigtal klanten die vragen naar een beter onderhoudbare verf. En dat is omdat zij de vraag krijgen naar een matte verf die geen glanzende stroken krijgt, als je er vaak

langs wrijft. Zoals in een smalle gang bijvoorbeeld. Wel, die vraag wordt doorgespeeld naar het labo. Zij kijken wat de opties zijn. Er worden een aantal verven gemaakt, die we laten testen bij een beperkt publiek. We luisteren naar de feedback en bouwen verder aan ons product. We doen aan schaalvergroting in productie en qua testpubliek en we werken naar een officiële lancering toe.

Zijn er ook producten die onafhankelijk ontwikkeld worden, zonder dat de vraag vanuit de markt gesteld wordt?

Ward: Toch wel. In de eerste plaats heb je de markt-vraag, dan heb je de wetgeving, en uiteindelijk zetten wij dan vanuit een interne impuls ook in op milieugerichte ontwikkelingen. In tegenstelling tot wat je zou denken, vraagt de markt zeer weinig naar milieuvriendelijke producten. En de wetgeving hierrond is beperkt.

Dat is toch moeilijk te geloven. Het thema milieu komt toch overal steeds prominenter tussen de andere agendapunten te staan?

Ward: Het thema gezondheid komt vaak aan bod. Maar dat is iets helemaal anders dan milieu. De eisen op vlak van gezondheid zijn enorm hoog. Daar moet je sowieso vol op inzetten. Maar op vlak van milieuvriendelijkheid over de hele levenscyclus liggen de normen veel lager. De ecolabels zijn nog niet streng genoeg. En hier spelen we wél een trekkersrol. Wij zetten vanuit een intrinsieke overtuiging in op milieu, omdat we geloven dat we dat moeten doen. Terwijl de eisen van buitenaf hierrond zeer beperkt blijven.

Frederik: Hier spelen onze eigen waarden een veel belangrijkere rol dan de markt-vraag. Kijk, veelal zijn ecologische verven de wat zwakkere broertjes van de niet-ecologische varianten. Men wil nu eenmaal ook een verf met een ecolabel kunnen aanbieden. Wel, bij ons zijn de producten met een ecolabel onze bésteverven! Ik denk dat dit genoeg zegt.

Hoe begin je aan de ontwikkeling van een ecologische verf? Zoek je natuurlijke grondstoffen?

Frederik: Enige tijd terug hebben we onderzocht wat het verschil is in impact tussen petrochemische en natuurlijke bindmiddelen. En in tegenstelling tot wat iedereen zou denken – het komt uit de na-

tuur dus dat zal wel beter zijn voor het milieu – was de milieu-impact van natuurlijke stoffen vaak niet lager. Want het gaan verbouwen van die producten, zoals bijvoorbeeld lijnolie, heeft best wel een grote impact op het milieu, hoor. Soms sneuvelen er bossen en zijn er constant zware voertuigen in de weer om dan uiteindelijk een natuurlijk product te kunnen gebruiken. Dat ziet men niet altijd. En dat je minder allergieën krijgt van natuurlijke producten, is een illusie. Het omgekeerde is zelfs waar...

Ward: Voor een buitenstaander lijkt het soms ongelofwaardig. Maar we zijn er constant mee bezig, we wéten waarover we spreken. De maatschappij is zich meer en meer bewust van de vele milieukwesties. Maar wij hebben al veel interessante vaststellingen gedaan waarover bij het grote publiek nog maar weinig geweten is.

Maar als we jullie goed begrijpen, is het ecologisch verhaal zeer nauw verbonden met de kwaliteit en de duurzaamheid van je product.

Ward: Natuurlijk. Alles hangt af van de levensduur van je product. Vaak stopt het bij het ecolabel. En dan neemt het commerciële verhaal de overhand. Wij zetten maximaal in op de kwaliteit. Eén keer een goeie investering doen, die lang meegaat. Dat is het echte win-winverhaal. Je kan voor het goedkoopste ecolabel kiezen, maar als je verf verkleurt of snel afbladdert en je moet voortdurend herschilderen, dan ben je niet zo ecologisch bezig. Het lijkt paradoxaal, hé? Maar het is zo.

Frederik: Er is jaren geleden wel een milieuswitch geweest, ook. De overgang van solventgedragen naar watergedragen verven kreeg een immense duw in de rug. Ik denk dat we nu op een 90/10-verhouding zitten. Bijna alles is watergedragen tegenwoordig. En dat was een pure milieukwestie. Maar nu blijft dat milieu-aspect wat status quo en is levensduur de sleutel tot ecologie. En de filmbestendigheid van verf wordt ook voor de consument steeds belangrijker. Men accepteert steeds minder dat er vette vingers op de muur zichtbaar zijn, en dat men constant de muur moet schoonmaken. Als je het van die kant bekijkt, dan is die inzet op kwaliteit en duurzaamheid eigenlijk ook gewoon een antwoord op een markt-vraag. Iedereen wil toch ook zo lang mogelijk deugd hebben van zijn of haar schilderwerk?

Zeker weten! Frederik en Ward, hartelijk bedankt voor dit fijne gesprek.

3.2.2.3. Onze verven

› De grondstoffen

De juiste grondstoffen zijn cruciaal om aan onze hoge kwaliteitseisen te voldoen. Daarom selecteren wij voor elke grondstof een gespecialiseerde leverancier. Die basiselementen worden daarbovenop door ons systematisch aan een **grondige controle** onderworpen, alvorens we ze goedkeuren voor het gebruik in productie. De prijs van een grondstof is steeds ondergeschikt aan onze **hoge norm**. Want een kwalitatieve samenstelling van je product is de basis voor het volledige verdere proces. Zo blijven we bij BOSS paints van bij de start van onze productie trouw aan onze waarde kwaliteit.

› Kleurjuistheid

Eén van onze troeven is dat onze kleuren heel erg kleurjuist zijn. We hebben onze eigen methodes ontwikkeld om de juistheid van onze kleuren nauwgezet te monitoren. Maar wat is kleurjuistheid? Want kleuren zijn geen getallen. Hoe bepaal je zo iets? Het is een technisch verhaal.

Wat betekent kleurjuistheid nu bij BOSS paints? We onderscheiden hierbij **twee soorten**:

- absolute kleurjuistheid

Hierbij meten we hoe dicht een verfkleur bij de kleurwaaier aanleunt, en hoe dicht die waaier aanleunt bij het moederstaal. Kortom, het absolute verschil tussen deze drie stadia. Dit is de juistheid van je verfkleur die de klant meestal gaat meten: met een waaier, die een kopie is van het moederstaal.

- onderlinge kleurjuistheid

Als we de onderlinge kleurjuistheid gaan bepalen, kijken we of de kleuren in elkaars nabijheid, bijvoorbeeld in dezelfde kamer, de juiste verhouding hebben. Die verhouding, bijvoorbeeld tussen een muurverf en een lakverf op het houten raamwerk, bepaalt vooral of je een verschil ziet.

Bij BOSS paints beschouwen we de **onderlinge kleurjuistheid** als **nóg belangrijker** dan de absolute kleurjuistheid. Om die onderlinge verhouding scherp in de gaten te houden, hebben we onze eigen gepatenteerde werkmethode ontwikkeld. Op die manier garanderen we niet enkel een optimale overeenkomst met het moederstaal, maar minimaliseren we tegelijk het minuscule verschil in kleur dat kan optreden bij het gebruik van verschillende verven.

Het bewaken van de kleurjuistheid wordt ook een steeds grotere uitdaging. Verven worden vandaag hoofdzakelijk **aangekleurd in onze mengmachines** op het verkooppunt, dus het depot of de colorawinkel. Dit betekent dat we de controle bij de productie gedeeltelijk uit handen geven. Om de kleurjuistheid te garanderen, hebben we alle processen die hier nadien nog invloed op hebben **volledig geoptimaliseerd**. We houden een dertigtal factoren voortdurend in het oog. De consistentie van de kleurpasta's, de softwareformules in de machines, de ijking van de dispensers, het onderhoud van de nozzles, enzovoort. Stuk voor stuk zijn het elementen die de kleurjuistheid van BOSS paints-erven op een zeer hoog niveau houden.

› Hoge resistentie

Onze buitenverven zijn, in tegenstelling tot de algemeen toepasbare verven van multinationals, **speciaal ontwikkeld** met het oog op het Belgische klimaat. Dus met veel aandacht voor resistentie tegen intensieve en zeer veranderlijke weersomstandigheden. Dagelijks sleutelen we aan onze producten om ze steeds krachtiger en bestendiger te maken.

Onze verven worden tijdens de ontwikkeling voortdurend aan **uitgebreide tests** onderworpen. Ze worden getest op vervuiling door agressieve substanties als huidvet, ketchup, wijn en koffie. Ook de hardheid, de krasvastheid en de reinigbaarheid worden voortdurend gemonitord naast een **uitvoerende blootstelling** aan weersomstandigheden op de buitenexpositie.





› Ecologie

De shift naar een groenere manier van leven is al een lange tijd aan de gang. En deze reflex naar **mens- en milieuvriendelijke producten** is in onze sector al heel lang voelbaar. Hierop zet BOSS paints al vele jaren in. Onze waarden kwaliteit en milieu proberen we steeds hand in hand te laten gaan.

Ecologische verven nemen in de markt een steeds prominentere plaats in. En de combinatie van een kwalitatief en technisch **hoogstaand verfsysteem mét een Europees Ecolabel** is zeker geen evidentie. Toch slaagde BOSS paints er enkele jaren terug in om met Boss-one een ekokampioen van formaat op de markt te brengen. De overgang van solventgedragen verven naar watergedragen verven is niet nieuw. Maar een even kwalitatief product waarbij primer niet nodig is én dat het Europees Ecolabel draagt, was tot die tijd niet evident.

Voor muurverven is de omschakeling naar watergedragen nagenoeg voltooid. Maar voor lakken ligt dat anders. Voor houten ramen en deuren, en zeker voor buiten, is glans en vuilresistentie van groot belang. Als schilder wil je geen borstelstrepen. En dat strakke resultaat wordt het makkelijkst verkregen met een solventgedragen lak. Maar ook hier heeft BOSS paints inmiddels een groen alternatief in de aanbieding. En opvallend: de **watergedragen lakken** zijn beter bestand tegen weer en wind én ze behouden langer hun kleur dan hun solventgedragen equivalenten.

Maar het gaat niet enkel om de eigenlijke samenstelling van onze producten. Het gaat ook over de **milieu-impact** die je producten hebben **doorheen hun hele productieproces**. Het verhaal is veel breder dan dat. We kijken naar het hele plaatje. En bij elke beslissing inzake ontwikkeling en verwerking wegen we nauwgezet af wat op lange termijn de geringste impact heeft op mens en omgeving.

› Deco's

Decoratieve technieken of kortweg deco's zijn zeer specifieke verfrealisaties voor wanden, vloeren, plafonds en zelfs meubels, met een **uitgesproken sfeereffect** en een zeer **eigen aanvoelen**. Ze hebben een unieke samenstelling met materialen zoals kalk, glasparsels, beton, zand of marmer. Hierdoor, én dankzij de verworven aanbrengtechniek van de professionele schilder, zijn onze deco's in staat om binnen in een woning een uitzonderlijke beleving en authenticiteit op te roepen.

Al vele jaren zijn decotechnieken voor BOSS paints van zeer groot belang. Vooral ook omdat we hierin lange tijd erg ver voorlagen op onze concurrenten. Hierdoor kreeg BOSS paints nog meer het **imago van een richtinggevende en betrouwbare partner**. Veel schilders en voorschrijvers kwamen net dankzij de deco's bij ons terecht als klant. Want een vakman kan zich door zijn meesterlijke techniek met een decokwast, stucmes, spatel of ander gereedschap dan weer heel erg onderscheiden van zijn concurrenten.

Onze deco's stijgen niet alleen esthetisch boven gewone verven uit, sommige zijn zelfs ook duurzamer, beter onderhoudbaar en stootvaster. En dankzij deze eigenschappen springen ze bij velen in het oog. Om aan deze vraag tegemoet te komen ontwikkelde BOSS paints ook **makkelijk toepasbare decoratieve technieken**, specifiek voor particulieren.

3.2.2.4. Onze leveranciers

Naast onze grondstoffenleveranciers werken wij samen met ongeveer **180 fabrikanten en distributeurs van groothandelsproducten**. Multinationals én kleine bedrijven. De selectie van deze partners gebeurt met een heel grote zorg en volgens **strengere criteria**.

Met een aantal van onze leveranciers ontwikkelen wij ook opleidingen voor onze klanten en medewerkers. Bij Gyproc leert de schilder alles over het plamuren van gipskartonplaten. Bij opleidingen in samenwerking met Orac en NMC maak je kennis met plafonddlijsten, plinten, deurlijsten, enzovoort.

› Kwalitatieve verftoebehoren

Naast onze sterke verfproducten zorgt BOSS paints ook steeds voor de hoogste kwaliteit bij de verftoebehoren. De markt wordt verkend en per categorie selecteren we steeds **het allerbeste materiaal**. Van borstels tot schuurmateriaal, en van lijmen tot voegkittens.

Enkele voorbeelden: ons aanbod aan schildertapes is het beste van vele werelden, samengebracht onder één BOSS paints kwaliteitsmerk. Telkens kiezen we voor elke specifieke toepassing de kwalitatiefste topspeler. En voor ons vliesbehang lieten we het toproduct – dat naar onze normen nog niet bestond – samen met een behangfabrikant ontwikkelen, waarbij beide R&D-teams hun kennis samenbrachten om het perfecte overschilderbare vlies te ontwikkelen. Ons gloednieuwe vlies, waarbij geen structuur meer zichtbaar was na het overschilderen, was een **wereldprimeur** dat we onder private label op de markt brachten. Zo ver gaan we bij BOSS paints voor het juiste materiaal.

3.2.2.5. Kleur en beleving

› Trendsetting

BOSS paints is trendsetter. Met onze kleurencollecties nemen we steeds het voortouw in de markt. Collecties die we altijd opnieuw zorgvuldig samenstellen na grondige marktanalyse, trendwatching en het in kaart brengen van alle tendensen binnen interieur en innovatie. Want ons doel blijft: de leefwereld van onze klanten mooier maken. Mooier. Een opwaardering. Mée met de trends. Zowel in onze verfkleuren als in onze decoratieve technieken. En toch houden we steeds de smakenbalans in evenwicht. Onze kleurcollecties zijn altijd een mix van trendgevoelige én tijdloze kleuren.

› We are colour

In 2013 pakte BOSS paints uit met een inspiratieconcept met ambitie. Een warme ambitie om mensen via unieke, menselijke kleuren met elkaar te verbinden. We zijn allemaal unieke kleuren die toch heel mooi samen passen. Dit gevoel wilden we vatten in een collectie. Een collectie die in beweging, in evolutie blijft.

We are colour is een veelzijdige collectie met meer dan 400 kleuren en enkele decoratieve technieken. De kleuren werden opgedeeld in 137 vergrijsde, landelijke kleuren onder de categorie "ME". De 126 meer strakke, felle tinten vallen onder de noemer "YOU". "ZEN" staat voor een verzameling van basistinten om het perfecte wit, grijs of zwart te vinden, voor elk interieur.







3.2.3.

MENS

3.2.3.1. Samen dromen waarmaken

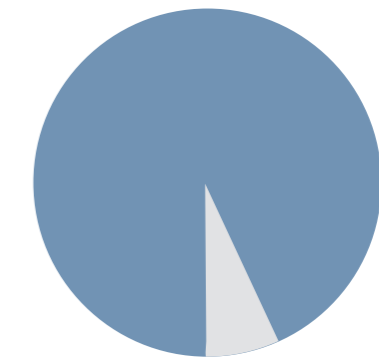
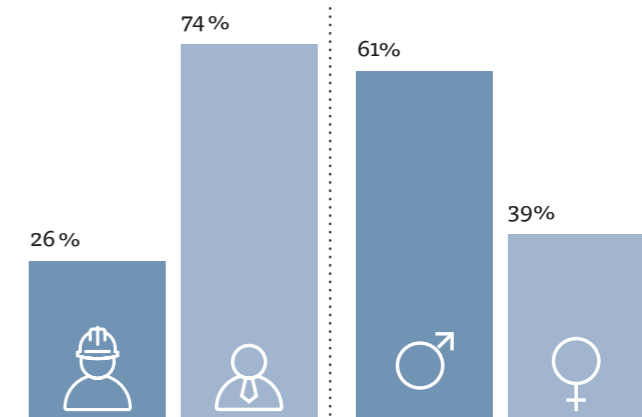
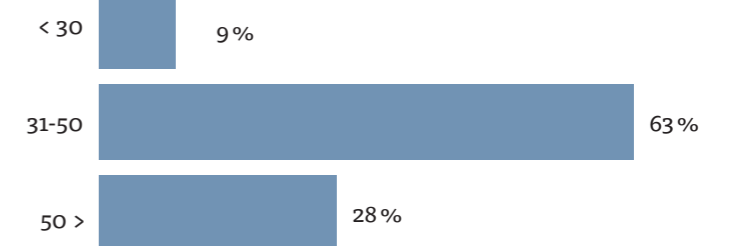
De **tevredenheid van onze medewerkers** wordt heel hoog in het vaandel gedragen. Een betrokken, gemotiveerde medewerker haalt meestal het mooiste en het beste in zichzelf naar boven. En dit willen we bereiken. Voor BOSS paints, maar evenzeer voor de mens zelf. We willen dat onze medewerkers **positieve energie** kunnen uitdragen binnen het bedrijf en in hun persoonlijke, dagdagelijkse leven. Daarom voeren wij een intensief HR-beleid. Want gemotiveerde mensen kunnen **samen hun dromen waarmaken**.

3.2.3.2. Ons HR-beleid wordt voortgedreven door 7 doelstellingen

- de optimalisatie van het **welzijn** van alle medewerkers, en de creatie van een aangename werkomgeving
- de **vijf waarden** van BOSS paints verspreiden
- ons tonen als aantrekkelijke werkgever, zodat we blijven de juiste competenties en **talenten aantrekken**
- onze medewerkers verlonen op basis van een **eerlijk en competitief** systeem
- een lerende organisatie uitbouwen en **professionele en persoonlijke groei** stimuleren
- **leiderschap en zelfleiderschap** steeds verhogen binnen de organisatie
- een businessgerichte, **proactieve HR-dienstverlening** uitbouwen, gedragen door vlotte en betrouwbare processen



2021

Totaal personeelsbestand
3136,71%
verloop

3.2.3.3. Onze medewerkers

In 2022 telt BOSS paints in totaal 291 medewerkers.

Het algemene **verloop** bij BOSS paints is **laag**. Zelfs als we kijken naar het volledige plaatje: vrijwillige en gedwongen ontslagen, brugpensioen en interne wijzigingen naar andere functies of arbeidsregimes. Natuurlijk is een zeker percentage aan verloop wel van belang voor een bedrijf. Want nieuwe medewerkers brengen ook nieuwe ideeën en die uitstroom kan intern nieuwe kansen creëren. En wie z'n plaats niet vindt of voelt dat z'n talenten onvoldoende benut worden, proberen we ook niet tegen te houden. Al proberen we het verwachtingspatroon van een potentiële medewerker zoveel mogelijk bij de rekrutering in te schatten, zodat we de **geknipte persoon** in dienst nemen voor de **juiste job**. Aan het begin van je loopbaan bij BOSS paints word je ook extra begeleid. We organiseren onthaaldagen, een ontbijt met onze CEO waarbij die z'n visie toelicht en je krijgt een peter of meter toegewezen bij wie je steeds terecht kan.



3.2.3.4. A great place to work

Bij BOSS paints is het leuk werken. Zo eenvoudig kan je het eigenlijk samenvatten. Maar dat komt niet vanzelf. We zorgen voor onze medewerkers en maken het werk aangenaam, **leefbaar en afwisselend**. We blijven ook steeds alert voor alarmsignalen en proberen te vermijden dat mensen opgebrand raken. We **investeren in de mens**. Omdat iedereen het beste van zichzelf zou kunnen geven en blijven geven. Met volle overtuiging. En dat investeren doen we op verschillende manieren.

› Evenwichtige work-life balance

- Flexibele, glijdende werkuren
- Extra arbeidsduurverminderingdagen en anciënniteitsverlof
- Bedrijfsresto met verse keuken
- Strijkdienst
- Fietshersteldienst
- Kinderopvang tijdens de zomervakantie
- Sportinitiatieven
- Ondersteuning van leuke after-workinitiatieven

› Zelfontplooiing

- Iedereen Leert

Omdat persoonlijke ontwikkeling belangrijk is, biedt BOSS paints elke medewerker de kans om elk jaar via Syntra één opleiding naar keuze te volgen. Van een nieuwe taal leren, tot fietsonderhoud en kookles. Is de opleiding ook relevant voor de job, dan kan eventueel nog een tweede opleiding gevolgd worden. Als medewerker volg je de opleiding in je eigen vrije tijd en BOSS paints dekt de inschrijvingskosten.

- Everest

Via ons interne opleidingsplatform Everest doorloopt elke medewerker een professioneel leertraject. Het bestaat uit klassikale opleidingen, e-learning en praktijkopleidingen. Iedereen blijft op de hoogte van de recente ontwikkelingen binnen het eigen vakgebied en binnen ons productassortiment.

› Afwisselend werk

- Vlinderen

Elke medewerker kan zich vrijwillig opgeven om op een andere dienst in te springen en een handje toe te steken waar nodig. Je leert andere collega's beter kennen, je verkent de jobinhoud en je wisselt je professionele bezigheden af. Maar het eigenlijke opzet is geïntegreerde samenwerking. Bij BOSS paints slaan we de handen in elkaar.

- Interne mobiliteit

Vacatures worden bij BOSS paints altijd eerst intern bekendgemaakt. Zo wordt interne mobiliteit mogelijk gemaakt en vermijden we dat mensen vertrekken omdat ze wat uitgekeken zijn op een bepaalde job. Bij ons kan je blijven én iets anders doen tegelijk. Jij krijgt de eerste kans, vóór we gaan rekruteren.

› Het Mens- en Milieubudget

Sinds 2004 wordt elk jaar een **vast percentage van de winst** systematisch opzij gezet om te herinvesteren in de waarden mens en milieu. Het zogenaamde M&M-budget. Hiermee worden onder meer de **investeringen in onze structurele partners** bekostigd, maar evenzeer wordt met dit budget ook geïnvesteerd in een **aangename werkomgeving** voor de medewerkers. Naast leertrajecten en terugbetaling van sportabonnementen wordt hiermee ook bijvoorbeeld gratis fruit en gratis soep voorzien voor iedereen bij BOSS paints.





3.2.3.5.

Een nieuw gezicht met een sterke visie

- INTERVIEW -

Begin 2018 vergezelde Gwen Declerck ons team bij BOSS paints. In een vorig leven was ze journaliste bij De Tijd. En als HR-directeur zit ze voortaan aan het stuur van ons personeelsbeleid. Haar keuze voor BOSS paints was heel bewust. Ze is gedreven om mee te werken aan een inspirerende werkomgeving. We spraken met haar over die keuze voor BOSS paints, haar ervaringen hier en haar visie op een sterk HR-beleid.

“Het is echt een mooi bedrijf, ik wou er deel van uitmaken,” zet Gwen het gesprek enthousiast in. “Ik heb als journaliste enorm veel bedrijfsculturen gezien. En velen claimen een oprecht warm bedrijfsklimaat te hebben. Maar het valt nogal snel op als dat niet meer is dan een uithangbord. Bij BOSS paints is dat écht, en dat merk je onmiddellijk. Mensen zijn hier enorm vriendelijk voor elkaar. Iedereen eet samen in de bar en zit door elkaar, ongeacht de afdeling. Er wordt vers gekookt. Medewerkers organiseren allerlei evenementen. Hier hangt een oprechte, familiale sfeer.”

Zelfleiderschap

Gwen ziet in die authentieke samenwerking de weerspiegeling van een heel bewust HR-beleid. “Je ziet hier mensen openbloeien. En dat heeft te maken met een sterk doorgedreven policy van gelijkwaardigheid. Je krijgt hier mandaat om goeie ideeën te brengen en te ondernemen. Een mooi voorbeeld: op onze HR-afdeling komt er binnenkort een nieuw softwarepakket voor rekruteringen. En ondanks een aanzienlijke kostprijs ben ik pas in de allerlaatste fase betrokken geweest bij de keuze. De mensen die ermee moeten werken, hebben zélf de opties overwogen en de gesprekken gevoerd. Initiatief en draagvlak komt bij BOSS paints vaak van onder uit. En op verschillende manieren wordt

iedereen ook aangespoord om zijn capaciteiten en zelfleiderschap verder te ontplooiën. Dat vind ik fantastisch.”

Talenten ontdekken

Je krijgt bij BOSS paints de kans om je eigen talenten te ontdekken en verder te ontwikkelen. Dat zorgt ook soms voor interne verschuivingen. Een grote troef volgens onze nieuwe HR-directeur. “We hebben hier een fenomeen dat vlinderen heet. Mensen kunnen vrijwillig gaan helpen op andere diensten, puur uit interesse. De mogelijkheden zijn heel breed. Je kan helpen aan het onthaal. En iemand die graag in de keuken staat, kan ons keukenteam 's middags gerust een handje toesteken bij de bediening als daar iemand plots arbeidsongeschikt is. Een depotmedewerker kan anderzijds ook inspringen als technisch adviseur en daarna eventueel ook doorgroeien. Hierdoor ontdekken mensen soms ook dat ze klaar zijn voor iets nieuws. En komt er een vacature dan krijgen onze medewerkers altijd de eerste kans. En wie gevlienderd heeft, is bovendien al gedeeltelijk opgeleid. Waar anders iemand uiteindelijk het bedrijf zou verlaten en nieuwe mensen moeten opgeleid worden, komen wij er als team vaak sterker uit.”



Duurzaam werkklimaat

Vanzelfsprekend is er altijd en overal ook nog ruimte voor verbetering, zelfs bij BOSS paints. “We kunnen nog stappen zetten op vlak van transparantie en open communicatie. Dat is iets waar je constant actief moet op inzetten. Het gebeurt dat mensen geen of te laat feedback krijgen, wat dan soms resulteert in frustratie of erger. Om dit te vermijden werken we aan een nieuw evaluatiesysteem waarmee we dergelijke situaties beter kunnen aanvoelen. We willen niet langer één keer per jaar op een vast moment evalueren, maar permanent een dialoog aangaan. Met elkaar, met de leidinggevende, in alle richtingen. Zo bouwen we een steeds duurzamer werkklimaat uit,” verduidelijkt Gwen.

Het vlot ondersteunen

Hoe ziet Gwen BOSS paints in de toekomst verder evolueren op HR-vlak? Ze denkt even na en maakt dan een interessante vergelijking: “BOSS paints zou in de toekomst moeten kunnen functioneren als een vuurmierenkolonie. Die leven in tropische bossen die vaak overstromen. Op zulke momenten vormen ze een levend vlot en drijven ze samen terug aan land. Geen enkele mier verdrinkt omdat ze hun krachten bundelen. En als er tijdens zo'n oversteek ergens plaatsjes vrijkomen, dan vullen andere mieren instinctief en vliegensvlug die gaten op. Ze springen constant voor elkaar in en ondersteunen dat vlot. Wel, die inzet en die flexibiliteit zijn zeer waardevolle eigenschappen. Ik zou bij BOSS paints iets gelijkaardigs willen zien. Ik denk dat we mensen nog meer moeten motiveren om zich flexibel op te stellen, los van hun functieklasse of specifieke jobomschrijving. Want het is iets moois, die samenwerking over de grenzen heen. En misschien moeten we ons ook de vraag stellen of we

zo iets op een faire manier kunnen belonen,” werpt ze op. “Want, die tijdelijke inzet is cruciaal om het vlot drijvende te houden, dus het is belangrijk dat we dit kunnen prikkelen. En ons huidige loonsysteem loopt hier een beetje tegen zijn grenzen aan. Dus dat is iets om over na te denken in de toekomst.”

Evenwichtige pakketten

Wat vindt zij ten slotte, als hoofd van Human Resources bij BOSS paints, de belangrijkste taak van haar afdeling? “Zo dicht mogelijk bij de business staan. Constant polsen, voelen en luisteren. Ik geloof niet in stugge HR-structuren die over het hele bedrijf uitgerold worden. We moeten de noden zien, en er direct op inspelen,” stelt Gwen. En hoe ziet ze dat concreet? “Als onze salesmensen het moeilijk hebben, dan moeten wij kijken of we hen kunnen bijstaan. Bijvoorbeeld met specifieke opleidingen rond nieuwe verkooptechnieken. En sputtert de motor van een bepaald team en ontstaat er verwarring en onenigheid? Dan moeten wij mee kijken om de samenwerking te optimaliseren. Daarnaast is het ook onze taak om de work-life balance te bewaken. En dat begint bij genoeg mensen in dienst hebben om al het werk te verrichten én het opstellen en bewaken van evenwichtige takenpakketten,” besluit Gwen.



3.2.4.

MILIEU

3.2.4.1. Milieu, de investering méér dan waard

› Het grote waarom

Waarom investeert een bedrijf in de bescherming van het milieu? Het is geen moeilijk vraagstuk. We dragen een **verantwoordelijkheid**. Het sterke milieubewustzijn is een familie-eigenschap van de familie Bossuyt. En hierdoor is binnen BOSS paints **de intrinsieke motivatie** om die verantwoordelijkheid op te nemen zeer sterk aanwezig. Onze onderneming wil mooie dingen realiseren voor de mens en zijn leefwereld, maar zonder diezelfde leefwereld hierbij te beschadigen. Daarom is milieu één van de vijf fundamenteën waarop het bedrijf is gebouwd. Het is een van onze vijf waarden. Wanneer het gaat over “milieu” dan staat meestal voornamelijk CO₂ uitstoot in de schijnwerpers, en bij BOSS paints is dat niet anders. Dat wil niet zeggen dat dit onze enige focus is. We focussen ook op het vermijden van verontreinigingen in water, bodem en lucht, op stimuleren van grotere biodiversiteit en op educatie van mensen.

› De milieucoach

Milieu is bij BOSS paints geen passieve bezorgdheid. Er wordt voortdurend gesleuteld aan het verkleinen van de milieu-impact van de onderneming. Er werd hiervoor een milieucoach in dienst genomen die deze waarde helpt bewaken. De milieucoach leidt **projecten en initiatieven** die rechtstreeks invloed hebben op onze ecologische voetafdruk en die van het bedrijf in het algemeen. Iemand die

altijd de vinger aan de pols houdt en de waarde helpt uitdragen. Met als doel om zoveel mogelijk mensen te **inspireren** en het **milieubewustzijn verder aan te wakkeren**.

› CO₂ en de opwarming van de aarde

Ons engagement kadert in een veel groter verhaal. Het gaat over zoveel meer dan begaan zijn met het milieu. Bij BOSS paints hebben we een sterke focus gelegd op de CO₂-uitstoot. Omdat dit een factor is die heel bepalend is voor de verdere toekomst van onze leefwereld. Vele studies hebben het inmiddels aangetoond: het **broeikaseffect** is geen fabel, onze enorme CO₂- en methaanuitstoot creëert binnen onze dampkring een sfeer die gereflecteerd zonlicht tegenhoudt. Hierdoor warmt onze planeet langzaam op. Dit heeft een dramatisch effect op de versnelling van onze **klimaatverandering**. Het zal ervoor zorgen dat onze voedselproductie in het gedrang komt, dat plaatsen onbewoonbaar worden omwille van **droogte en overstromingen**. Hierdoor zullen er **enorme verschuivingen** ontstaan, die op hun beurt conflicten zullen veroorzaken. En de oplossing voor dit probleem is duidelijk: **verminder de hoeveelheid CO₂ in onze atmosfeer** en de aarde koelt terug af.

We willen graag tonen dat het kan en dat iedereen kan meehelpen om die uitstoot te verminderen.

Meer cijfers te vinden in bijlage.



3.2.4.2. De CO₂-uitstoot bij BOSS paints: een studie

› De bepalende factor

In 2012 heeft BOSS paints een grondige studie laten uitvoeren met de focus op CO₂-uitstoot. Het gebruik van die eenheid is **één van de meest toegepaste methodes** om milieu-impact te bepalen en structureel aan te pakken. Door hierop de focus te leggen zijn de belangrijkste factoren ingecalculeerd, zoals afvalproductie, energie, transport, waterverbruik en luchtkwaliteit. Er zijn methoden om dit alles om te zetten in cijfers van uitstoot van koolstofdioxide. Zo hebben we ook een uniforme eenheid om alle belangrijke onderdelen van milieuzorg met elkaar te vergelijken en onze acties te plannen volgens prioriteit.

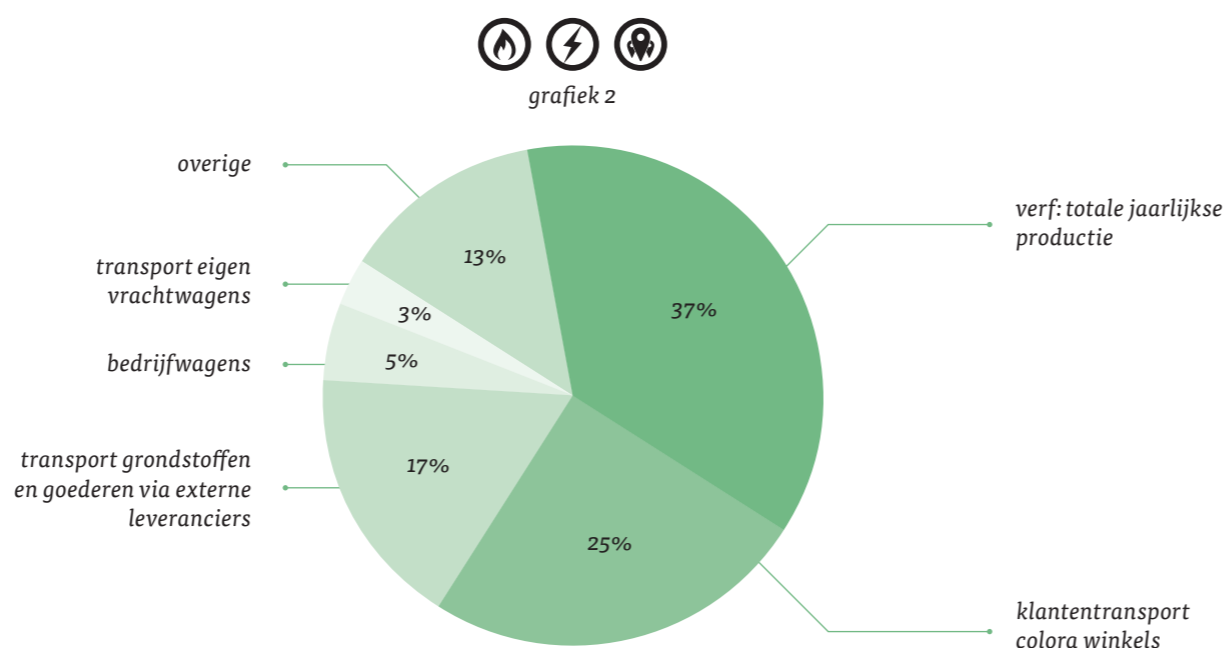
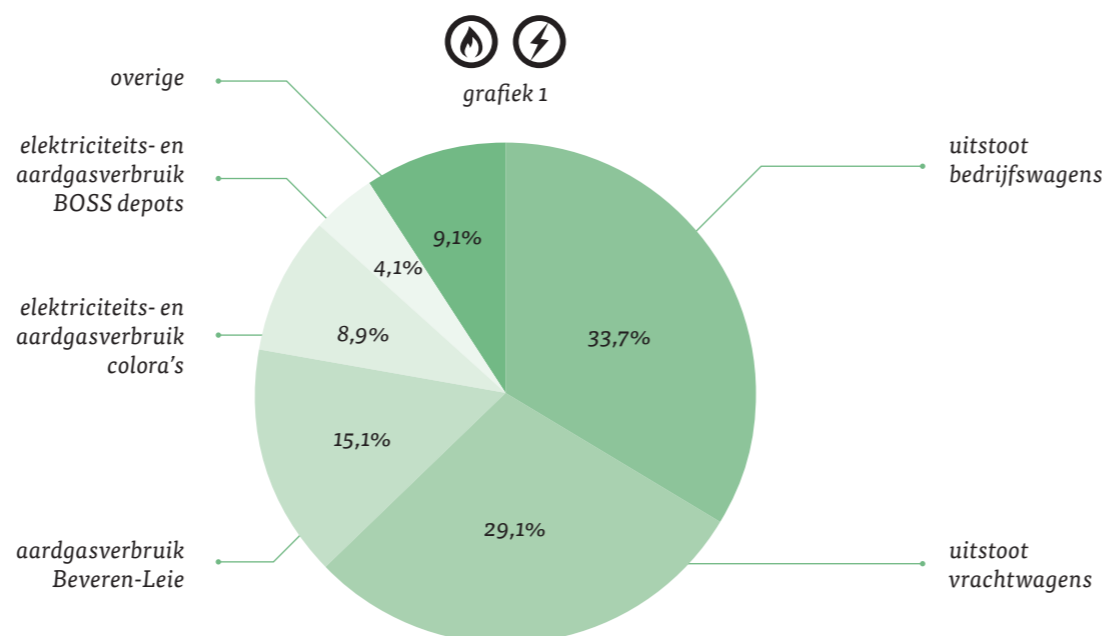
Natuurlijk is CO₂ niet het enige wat invloed heeft op het milieu, maar het is zo **verbonden met andere factoren**, dat als de uitstoot hiervan verlaagd wordt, de rest bijna vanzelf volgt.

› Drie scopes

⚡ Een berekening van CO₂-uitstoot gebeurt altijd in drie scopes. In de **eerste scope** wordt de hoeveelheid CO₂ berekend die op de **bedrijfsterreinen** zelf en door de **wagens** van het bedrijf wordt uitgestoten. We spreken hier dan over verbranding van gas, stookolie, diesel en benzine.

⚡ In de **tweede scope** wordt de uitstoot in kaart gebracht die wordt veroorzaakt bij het **elektriciteitsverbruik**. Deze uitstoot gebeurt in de centrale die elektriciteit opwekt, maar het verbruik kan perfect beheerd worden.

👤 In de **derde scope** ligt de uitstoot elders maar we hebben er op een **indirecte manier** een invloed op. Een voorbeeld hiervan is de uitstoot van onze drukker. We bepalen hier niet het elektriciteitsverbruik, maar wel de hoeveelheid drukwerk die we jaarlijks laten drukken. Een ander voorbeeld is het transport van onze klanten. We hebben geen invloed op het vervoersmiddel, wel op de nabijheid en de afstand naar het dichtstbijzijnde winkelpunt.



› De resultaten van onze studie

We kijken eerst even naar de resultaten van de emissie binnen de bedrijfscontext (scope 1) en de opgewekte elektriciteit (scope 2).

Vaststellingen bij scope 1 en scope 2 samen (grafiek 1)

- Onze **bedrijfswagens** (33,7%) en **eigen vrachtwagens** (29,1%) vormen samen meer dan de helft van de totale uitstoot
- Het **aardgasverbruik** in Beveren-Leie (15,1%), het **elektriciteits- en aardgasverbruik** in onze colora's (8,9%) en BOSS depots (4,1%) volgen op een tweede, iets lager niveau
- Dankzij de enorme investering in **zonnepanelen** en het aankopen van **groene stroom** heeft het elektriciteitsverbruik in Beveren-Leie een **zeer lage impact** (respectievelijk 1,1% en 0,7%)

We zoomen even uit en we kijken nu naar scope 1, 2 en 3 samen. Dit betekent dat we ook alle emissiefactoren in kaart brengen die zich buiten onze directe actieradius bevinden.

Vaststellingen bij scope 1, 2 en 3 samen (grafiek 2)

- De uitstoot als gevolg van de externe productie van basismaterialen van onze verfproducten en toebehoren is aanzienlijk groot (37%)
- Op de tweede en de derde plaats volgen het **klantentransport** naar de colora's (25%) en het **upstream transport** van onze grondstoffen (17%)

› Conclusies

- Waar ligt de impact?

Onze impact omwille van elektriciteitsverbruik is dankzij onze groene maatregelen al zeer beperkt. Binnen onze bedrijfsterreinen lag het zwaartepunt van de CO₂-uitstoot in 2012 op onze mobiliteit. Maar onze uitstoot manifesteert zich vooral in scope 3, in de externe factoren waarop we slechts een indirecte invloed kunnen uitoefenen, zoals bij onze producenten en leveranciers van **grondstoffen**. Maar betekent dit nu dat we hieraan weinig kunnen doen en enkel binnen onze eigen muren maatregelen kunnen treffen? Helemaal niet.

- Wat kunnen we doen?

Binnen **scope 1** waren de maatregelen vrij duidelijk. Onze **mobiliteit vergroenen**. Dit hebben we dan ook aangepakt.

Binnen **scope 3** hebben we onderzocht waar die uitstoot in die processen precies vandaan komt. En het meest energie-intensieve basiselement is **titaandioxide** (TiO₂): de stof die zorgt voor de witte kleur en de dekkraft van verf. Titaanerts wordt drie keer opgewarmd tot boven de 1000 graden Celsius om uiteindelijk het witte poeder te verkrijgen. De energie-impact hiervan is enorm. Na titaandioxide hebben vooral bindmiddelen de grootste impact op vlak van uitstoot.

De uitdaging lag en ligt hier nog steeds in het **efficiënt gebruik** van deze producten en waar mogelijk het vermijden ervan door **nieuwe technologieën**. Een andere manier om deze uitstoot te gaan beperken is het ontwikkelen van **zeer hoogstaande verfproducten**. Want een duurzame gevelverf die tien jaar meegaat heeft een veel lagere CO₂-uitstoot dan een verf die na vier jaar afbladdert en opnieuw schilderwerk met zich meebrengt.



3.2.4.3. BOSS paints kleurt steeds groener

De CO₂-emissie bij BOSS paints lag in 2012 vooral bij de **grondstoffen** van de verfproducten en bij de **mobiliteit**. Dankzij onze zonnepanelen en aankoop van groene energie werd de uitstoot veroorzaakt door aangekochte energie aanzienlijk beperkt. We wisten toen dus duidelijk waarop we **onze focus** moesten leggen. Op het beperken van de impact van TiO₂ en bindmiddelen en op een vergroening van onze mobiliteit.

› Groene productontwikkeling

- Levensduur

Titaandioxide is een wezenlijk bestanddeel van verf. Het zorgt voor **dekkraft**. Het weren uit gewone verven zou betekenen dat je veel meer lagen zou moeten schilderen vooraleer de ondergrond is gedekt. In dit bestaande gamma is het nagenoeg uitgesloten om titaandioxide en bindmiddelen te gaan **vervangen**. Het zou **resulteren in een lagere kwaliteit** waar we net het omgekeerde verhaal willen brengen.

Dus bekeken we het van de andere kant: we zetten deze bestanddelen steeds efficiënter in. Schilderen moet sowieso gebeuren. Het beschermt hout tegen verwerking, muren tegen vochtinslag en schimmels, metalen tegen verroesting. Dus het antwoord zit niet in schilderen met lagere kwaliteit en blijven herschilderen. **We zetten vol in op de hoogste kwaliteit**. Daar wordt iedereen beter van. De

eindklant die een duurzame oplossing krijgt, de schilder die dit kan garanderen, en BOSS paints. Wij kunnen de leefwereld groener maken met een langere levensduur, zeer juiste kleuren en aantrekkelijke collecties. **Zo vermijden we dat verf een consumptieartikel wordt.**

- Claystuc: kwaliteit en authenticiteit met klei

Intussen zetten we ook stappen naar **alternatieven**. Bij de gewone verven zijn titaandioxide en bindmiddelen nu nog wezenlijke bestanddelen die we moeilijk kunnen vervangen. Maar bij onze decoratieve technieken is dit helemaal anders. Met **Claystuc** hebben we een deco op de markt gebracht die **significant minder bindmiddelen en titaandioxide** bevat, zónder aan kwaliteit in te boeten. We zijn bij Claystuc niet vertrokken vanuit een interieurtrend maar vanuit het idee van een **product met een minimale milieu-impact**. De basis van de deco zijn klei en minerale vulstoffen zoals kalk en leem. Deze stuc techniek is echter veel meer dan een snuffe technologie. Het is ook een natuurlijk, warm en esthetisch product. Ontworpen voor wie houdt van de natuur. Je creëert een aangenaam binnenklimaat. Met natuurlijke, matte kleuren en een zeer zacht reliëf, dankzij de kleimineralen. Ook de **levensduur** werd in het vizier gehouden. We zijn erin geslaagd om Claystuc **stootvaster en krasbestendiger** te maken dan traditionele klei- en leempleisters.

› Groene mobiliteit

- Vrachtwagenbeleid

Vrachtwagens zijn milieubelastend. En elke dag heeft BOSS paints 12 tot 15 vrachtwagens op de weg. Ons hele beleid is er al jaren op gericht om die impact minimaal te houden. Dit doen we dankzij deze ingrepen:

- Een zeer nauwkeurige **routeplanning**
- **Vertrek om 5u** 's morgens om files te vermijden
- Zo weinig mogelijk lege vrachtwagens op de weg o.m. door **zelfafhaling bij leveranciers**
- Inzet van **ecologische vrachtwagens**, aankoopprijs is ondergeschikt
- Maandelijkse **controle van de bandenspanning** om verbruik te minimaliseren
- Verplichte **cursus ecodriving** voor elke chauffeur
- 1 vrachtwagen werd vervangen door een zuinigere bestelwagen

- Vlootvergroening

Hoewel de CO₂-uitstoot van onze bedrijfswagens al jarenlang steeds strenger gelimiteerd wordt, zijn we sinds 2016 een **versnelling hoger** geschakeld.

Met een plan om onze bedrijfsvoertuigen te laten omschakelen op een **alternatief voor de traditionele fossiele brandstof**. In eerste instantie was **CNG** een waardig alternatief, deze is intussen al achterhaald. Momenteel zitten de **elektrische** wagens enorm in de lift. Omdat de keuze voor een elektrische wagen of een wagen op CNG twijfels of vragen met zich meebrengt, wordt elke medewerker die een bedrijfsvoertuig nodig heeft, **begeleid door de milieucoach** in zijn of haar keuzetraject. Er werd een intelligente strategie ontwikkeld die vertrekt vanuit **positieve motivatie**. Zonder te dwingen om over te stappen, maar door te beloven voor groene inzet door middel van premies of een leasefiets. Alle voor- en nadelen worden nauwkeurig uiteengezet tijdens het beslissings-traject. De laatste jaren worden de lusten van het elektrisch rijden steeds groter en verlagen de lasten enorm, met als gevolg dat we de interne incentives hebben kunnen terugdraaien en uiteindelijk zelfs afschaffen zonder de elektrische wagen minder aantrekkelijk te maken. Wie kiest voor een elektrisch voertuig wordt wel nog steeds voorzien van een **laadpaal thuis**, van de nodige **laadpassen** en kan gebruik maken van een traditionele wagen om op **vakantie** te gaan.

In 2021 was het aanbod op onze wagenlijst zo interessant dat **70%** van de bestelde wagens elektrisch was, 17% was plug in hybride en slechts 13% diesel.

In 2022 zal dit cijfer nog gunstiger zijn, want onze wagenlijst bevat dan enkel elektrische wagens. Uitzonderingen zijn slechts mogelijk volgens zeer specifieke criteria.

Onze parkeerplaatsen op de hoofdzetel zijn voorzien van 12 dubbele laadpalen die ook publiek toegankelijk zijn. Ook bij bijna alle depots kan een elektrische wagen geladen worden en ook een aantal colorawinkels hebben intussen laadpunten voor wagens voorzien.

.....
 • “Dankzij de Testkaravaan kon je hier bij BOSS paints voor een drietal weken zo'n elektrische fiets testen. Een ronduit fantastische ervaring. Maar ik vond het net iets te duur om gewoon aan te kopen. Toen de groepsaankoop met afbetalingsplan een mogelijkheid werd, heb ik niet getwijfeld. En ik heb er nog geen moment spijt van gehad. Sindsdien kom ik nagenoeg elke dag met mijn elektrische fiets naar het werk. Wat regen houdt me niet echt meer tegen, en wind al helemaal niet. Vroeger liet ik de fiets tijdens de winter vaker staan. Als ik nu al eens om bepaalde redenen de auto moet nemen, dan vind ik het echt geen gemak meer. Dan zie ik mezelf soms in gedachten langs de file heen fietsen.”

• Veerle Beelprez, credit controller.
 • Fietst elektrisch sinds 2015.



“Ik woon in Kuurne, op 9 kilometer fietsen van BOSS paints in Beveren-Leie. Fietsen is voor mij een automatisme, ik doe het elke dag. Ik trek onbewust aangepaste kledij aan en ik vertrek. Trouwens, het regent helemaal niet vaak in België. Mensen klagen vaak dat het een regenland is, maar dat klopt niet hoor. Ik word hoogstens enkele dagen per jaar nat-geregend op de fiets. En met de fiets ben ik ook sneller. Al kan ik mijn gezinsleden daar moeilijk van overtuigen. Mijn dochter liep onlangs stage bij BOSS paints en we hebben de test gedaan. Zij met de wagen, ik met de fiets. We zijn gelijktijdig vertrokken en ik was ruim vóór haar op de bestemming.”

- Bruno Callens, medewerker technische dienst en overtuigd woon-werkfietser.



· Met de fiets naar het werk

We promoten al sinds jaar en dag de fiets als ideale vervoermiddel. Het is niet alleen goed voor de gezondheid en het milieu, voor het woonwerkverkeer met de fiets ontvangen de medewerkers ook een fietsvergoeding en daarbovenop ook wiewekes. Deze wiewekes zijn een fictieve munteenheid die worden verzameld op een soort lopende rekening per fietsdag en per 20 km. Die extraatjes kunnen ingeruild worden voor een fietsonderhoud of een bon bij een sportwinkel.

De 2 groepsaankopen met afbetalingsplan in 2015 en 2018 hebben ervoor gezorgd dat de elektrische fiets al lang ingeburgerd is, en nu we gestart zijn met fietsleasing zijn er nóg meer collega's die voor de fiets kiezen. Zelfs in die mate dat er verschillende zijn die hun 2^e gezinswagen van de hand hebben gedaan.

› Groene stroom

Eén van onze **eerste grote milieu-investeringen** werpt stilaan haar vruchten af. In mei 2005 werden bij BOSS paints 64 zonnepanelen op het dak gelegd. Vanuit de idee dat groene stroom de toekomst zou worden. Het was pionierswerk. Want met onze 64 stuks hadden we voor een korte periode het grootste park van België. De **verdere uitrol** liet niet lang op zich wachten. Over de jaren heen werden steeds meer zonnepanelen geïnstalleerd. In **2018** legden we de laatste hand aan onze investering. Daarmee bereiken we de **maximale capaciteit** en voorzien we **ongeveer 50% van onze stroom zélf**, op een groene, minder milieubelastende manier.





3.2.5.

RENDEMENT

Rendement is geen doel op zich, maar een voorwaarde om alle andere waarden te kunnen nastreven. Het rendement dient net om ons verhaal te laten verdergaan. Om te kunnen voldoen aan de strenge eisen. Om te kunnen investeren in klant, kwaliteit, mens en milieu. Om duurzaam te kunnen ondernemen. In die zin staat de waarde rendement ook bewust laatst.

3.2.5.1. Cijfers

De lange termijn trend van de voorbije jaren, op basis van cijfers van IVP – de sectorfederatie van inkt en verf – toont een lichte daling van de verfmarkt aan. Deze tendens veranderde drastisch in 2020 bij de start van de corona-pandemie. De lockdown zorgde duidelijk voor een switch van het besteedbaar inkomen; in plaats van te reizen, te shoppen en de innerlijke mens te verwennen, sloeg de Belg massaal aan het klussen. Ook bij BOSS paints steeg de omzet zeer sterk in 2020, wat resulteerde in het beste financieel resultaat sinds de oprichting 75 jaar daarvoor. 2021 was nog steeds een uitstekend jaar op vlak van omzet, weliswaar minder spectaculair dan in 2020, maar met een gezond rendement. Het exacte cijfermateriaal kan je raadplegen in de bijlage.

3.2.5.2. Aandeelhouders

In het cijfermateriaal in bijlage vind je ook de Vergoeding van het Kapitaal. Dit is de opstroom van de winst van nv BOSS paints naar de holding Groep Bossuyt België, onze aandeelhouders. Dat bedrag bedraagt in 2021 2.5 mio euro. Er is geen vaste uitkering van een deel van onze winst omdat onze aandeelhouders het belangrijk vinden dat de organisatie focust op de lange termijn doelstellingen. Korte termijn druk op de organisatie wordt vermeden.

In 2021 is er een Kapitaalsuitkering vanuit de opmerholding Bossuyt Invest International doorgevoerd, om de cashpositie gezond te houden.

3.2.5.3. Investerings

BOSS paints is een solvabel bedrijf. We hebben heel wat eigen vermogen en we zijn ervan overtuigd dat dit ook zo hoort voor een duurzaam bedrijf. Onze focus ligt op continuïteit, niet op rendement op korte termijn. Daarom investeerden we ook verder in de toekomst.

- Nieuw ERP pakket bij BOSS paints en nieuw toonbankpakket in colora
- Aankoop van aanpalende terreinen in Beveren Leie, waar in een volgende fase een nieuwbouw wordt gepland (uitbreiding R&D en productie)
- Rekrutering van meer R&D-medewerkers
- Uitbreiding colora netwerk in Limburg

3.2.5.4. PRD

BOSS paints herinvesteert ook in de mens. Met de uitkering van PRD of Personeel Resultaten Deelname willen onze aandeelhouders de medewerkers bedanken voor de behaalde resultaten van het afgelopen jaar. Jaarlijks wordt door de aandeelhouders bepaald welk deel van hun winst ze onder de medewerkers willen verdelen. Dit bedrag wordt vervolgens verdeeld volgens vastgelegde criteria. Iedereen die minimum één jaar dienst op de teller heeft, mag aandeel hebben in de winst. En hoe meer dienstjaren, hoe groter je aandeel wordt. Zo wordt ook loyaliteit beloond.

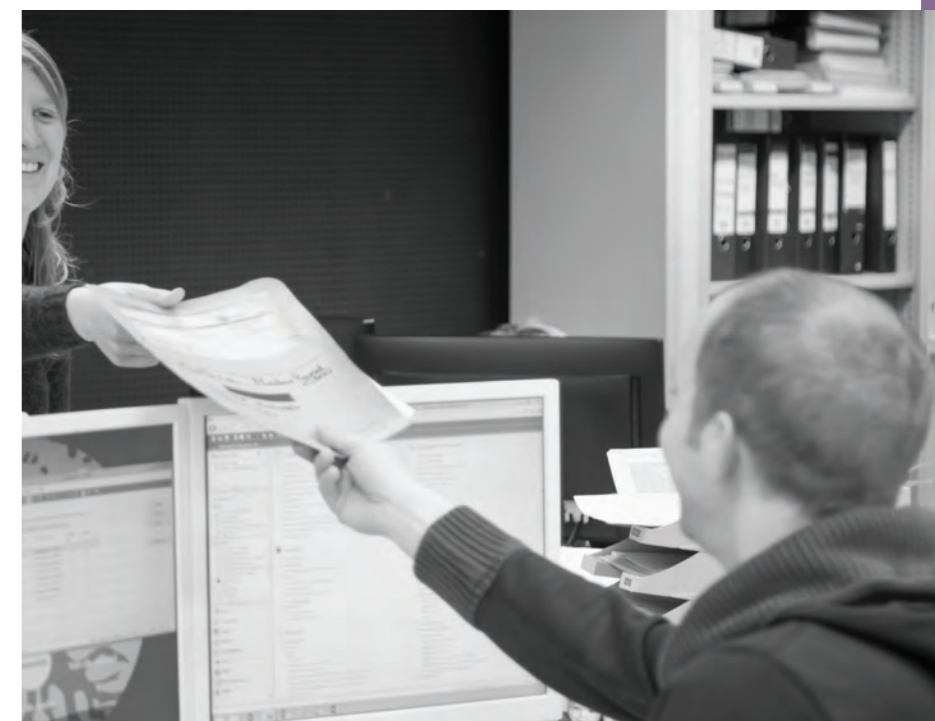
Gezien de uitzonderlijke resultaten in 2020 en als dank aan de medewerkers die een enorme veerkracht en teamspirit hebben getoond tijdens dit zeer heftige jaar, werd de PRD éénmalig verdubbeld.

3.2.5.5. Subsidies

Met onze subsidiesteun werd voornamelijk geïnvesteerd in labo-ontwikkelingen, opleidingen en in de zoektocht naar milieuvriendelijke alternatieven bij onze verfproductie.

3.2.5.6. Maatschappelijke bijdrage

In 2020 en 2021 heeft BOSS paints de giften aan goede doelen in belangrijke mate verhoogd. Naast onze structurele partners, werd ook de culturele sector ondersteund via giften aan LIVE2020.



4. SLOTWOORD

Waardevol Ondernemen, het **BOSS paints Duurzaamheidsverslag 2022**, willen we afsluiten met de belofte dat we ook de komende jaren zullen blijven inzetten op **duurzaamheid** en op ons **waardengedreven beleid**.

Onze vijf waarden zijn de rode draad doorheen dit verslag, maar ze blijven in de toekomst ook de fundamenten van BOSS paints waarop we zullen verderbouwen.

- We staan de komende jaren, opnieuw elke dag ten dienste van **elke klant**.
- Ook in de toekomst gaan we voor niets minder dan **topkwaliteit** in alles wat we aanbieden.
- We zijn er enorm trots op dat **onze mensen** zich goed voelen binnen het bedrijf, dus we blijven die zorg erg hoog in het vaandel dragen.
- Ons **milieubeleid** focust verder op CO₂-uitstoot en we zullen deze cijfers blijven in kaart brengen en beperken waar we kunnen.
- We streven elk jaar opnieuw een **gezond rendement** na zodat we kunnen blijven duurzaam ondernemen.

We hopen dat dit duurzaamheidsverslag onze manier van duurzaam ondernemen goed geïllustreerd heeft en **dat het jou als lezer ook geïnspireerd heeft**.

Heb je nog vragen of suggesties?

Neem gerust contact op met onze milieucoach, **Els Heynssens**.

- Per post: BOSS paints, Nijverheidstraat 81, 8791 Waregem
- Via mail: els.heynssens@boss.be
- Telefonisch: 056/73.82.61

Colofon

Eindredactie: Els Heynssens en Sarah Vandendriessche

Lay-out: Lien Huyghe

Verantwoordelijke uitgever: Sarah Vandendriessche

Met dank aan:

Barbara Torfs, Frederik De Buysser, Gwen Declerck, Korneel Verhaeghe, Lieve Bossuyt, Luc Van der Biest, Nathalie Constant, Toon Bossuyt, Toon Veldeman



5. BIJLAGEN

5.1. Cijfers mens

	2019	2020	2021
Totaal personeelsbestand (einde boekjaar)	267	280	292
waarvan arbeidsovereenkomst onbepaalde duur	262	275	291
waarvan voltijds	199	217	215
waarvan deeltijds	68	63	77
Aantal VTE (voltijdse equivalenten)	251.66	265.56	272.14
Interim	8	14	17
Naar leeftijd (einde boekjaar)			
< 30	31	32	27
30-50	169	172	184
50+	67	76	81
Naar functie (einde boekjaar)			
arbeiders	73	73	75
bedienen	194	207	217
Naar geslacht			
man	165	176	178
vrouw	102	104	114
Ingetreden (tijdens het boekjaar)	21	31	26
Uitgetreden (tijdens het boekjaar)	23	16	21
Percentage medewerkers dat onder een CAO valt	100%	100%	100%
ziektedagen	1633.03	1470.13	2222.07
dagen afwezigheid owv arbeidsongeval	110	299	104
% medewerkers dat jaarlijks geëvalueerd wordt	100%	100%	100%
Verhouding basissalarissen M/V	nvt	nvt	nvt
Aantal gevallen van discriminatie	0	0	0
Bijdragen aan politieke partijen, politici en gerelateerde instellingen	0	0	0
Rechtszaken vanwege concurrentiebelemmerend gedrag, antikartelpraktijken	0	0	0
Boetes/sancties owv niet-naleven wet- en regelgeving	0	0	0

5.2. Cijfers milieu

	2019	2020	2021	eenheden
Totaal diesel	312.552	280.636	276.457	liter
Diesel vrachtwagens	161.503	168.725	165.526	liter
Diesel bedrijfswagens	151.049	111.911	110.931	liter
Benzine bedrijfswagens	9.627	11.823	12.901	liter
CNG bedrijfswagens	980	903	636	kg
Elektriciteit bedrijfswagens	29.849	31.286	70.750	kWh
Zakelijke verplaatsing met vrachtwagens	913.937	955.999	942.743	km
Zakelijke verplaatsing met bedrijfswagens	3.022.193	1.829.388	1.218.826	km
Zakelijke verplaatsing met trein	16,46	22,50	40,00	kg CO ₂
Zakelijke verplaatsing met vliegtuig	3.240	0	0	kg CO ₂
Woon-werkverkeer met fiets	125.530	113.686	106.283	km
Diesel vrachtwagens	426.368	445.434	436.989	kg CO ₂
Diesel bedrijfswagens	398.769	295.445	292.858	kg CO ₂
Benzine bedrijfswagens	23.028	28.281	30.859	kg CO ₂
CNG bedrijfswagens	2.207	2.034	1.432	kg CO ₂
Elektriciteit bedrijfswagens	597	626	1.415	kg CO ₂
Totaal vracht- en bedrijfswagens	850.969	771.819	763.553	kg CO ₂
Totaal gasverbruik				
Gasverbruik hoofdzetel	1.136	1.061	1.300	MWh
Gasverbruik depots	224	269	306	MWh
Som graaddagen	2.075	1.866	2.286	Dej
Gas per graaddag	1	1	1	MWh/Dej
Mazoutverbruik	0	0	0	liter
Propaangas	7.858	8.223	10.690	liter
Elektriciteit hoofdzetel aangekocht grijs	0	0	0	MWh
Elektriciteit hoofdzetel aangekocht groen	850	854	930	MWh
Opgewekte zonne-energie hoofdzetel	669	690	632	MWh
Elektriciteit hoofdzetel verkocht	229	256	207	MWh
Elektriciteitsverbruik hoofdkantoor	1.290	1.288	1.355	MWh
Zonne-energie verbruikt	440	434	425	MWh
Elektriciteitsverbruik depots	167	160	201	MWh
Waterverbruik (stadswater)	1.453	1.641	1.987	m ³
Waterverbruik (regenwater)	1.462	916	900	m ³
Waterverbruik depots	202	209	211	m ³
Restafval	62.560	53.020	93.970	kg

	2019	2020	2021	eenheden
Afval: blik	420	426	574	kg
Afval: papier	19.728	21.372	19.728	kg
Afval: karton	29.999	45.580	42.800	kg
Afval: hout	17.695	21.520	17.560	kg
Afval: folie	7.000	7.820	8.820	kg
Boetes en sancties o.w.v. het niet naleven van milieuregelgeving en wetgeving	0	0	0	€
Groene elektriciteit aangekocht (hoofdzetel)	8,50	8,54	9,30	ton CO ₂
Grijze elektriciteit aangekocht (hoofdzetel)	0	0	0	ton CO ₂
Zonne-energie zelf opgewekt	36,82	37,93	34,75	ton CO ₂
Elektriciteit aangekocht (depots) (grijs en groen vanaf 2013)	1,67	1,60	2,01	ton CO ₂
Aardgas (hoofdzetel + depots)	324	316	382	ton CO ₂
Stookolie	0	0	0	ton CO ₂
Propaangas	12,18	12,75	16,57	ton CO ₂
Uitstoot scope 1 en 2	382,86	377,21	444,87	ton CO₂

5.3. Cijfers rendement

	2019	2020	2021	eenheid
Bedrijfsopbrengsten	54 693	63 512	62 932	k€
Omzet	50 345	59 406	57 816	k€
Andere Bedrijfsopbrengsten	3 482	3 673	4 219	k€
Bezoldigingen, sociale lasten en pensioenen	-14 925	-16 249	-16 838	k€
Winst na belasting	2 243	5 583	2641	k€
Vergoeding van het kapitaal	4 750	3 500	2 500	k€
Ontvangen subsidies	57	15	295	k€

5.4. GRI tabel

verslagperiode 2019-2021

Omdat we voor dit verslag enkel een update hebben gedaan van de vorige versie, is er geen uitgebreide stakeholdersconsultatie gebeurd.

titel/nr	gri standaard	referentie
Algemeen		
A: STRATEGIE EN ANALYSE		
1	Verklaring van de CEO	1. Voorwoord
B: ORGANISATIEPROFIEL		
3	Naam van de organisatie	2.1. BOSS paints: een familiebedrijf met geschiedenis
4	Voornaamste merken, producten en diensten	2.3. Activiteiten
5	Locatie van het hoofdkwartier van de organisatie	2.1. BOSS paints: een familiebedrijf met geschiedenis
6	Aantal landen waar de organisatie actief is en namen van landen waar de organisatie belangrijke bedrijfsactiviteiten heeft of die specifiek relevant zijn voor de duurzaamheidsonderwerpen uit dit rapport	2.1. BOSS paints: een familiebedrijf met geschiedenis
8	Afzetmarkten (inclusief geografische details, sectoren en type klanten en begunstigden)	3.2.1. Klant
9	Omvang van de organisatie, inclusief	
9,1	totaal aantal werknemers	3.2.3. Mens
9,2	totaal aantal activiteiten	2.3. Activiteiten
9,3	netto-verkoopcijfers (voor organisaties uit de privésector) of netto-inkomsten (voor organisaties uit de openbare sector)	5.3. Cijfers rendement
9,4	totale kapitaalstructuur uitgesplitst in eigen vermogen en passiva (voor organisaties uit de privésector)	5.3. Cijfers rendement
10	Medewerkers	
10,1	totaal personeelsbestand naar arbeidsovereenkomst en geslacht	3.2.3. Mens
10,2	totaal vast personeelsbestand naar arbeidsovereenkomst en geslacht	5.1. Cijfers mens
10,4	belangrijke schommelingen van het personeelsbestand	3.2.3. Mens
11	Het percentage van alle werknemers gedekt door collectieve arbeidsovereenkomsten	5.1. Cijfers mens
12	De toeleveringsketen van de organisatie	2.3. Activiteiten
13	Significante wijzigingen tijdens de verslagperiode wat betreft de omvang, structuur, eigendom of toeleveringsketen	2.1. BOSS paints: een familiebedrijf met geschiedenis
14	Beschrijf op welke manier het voorzorgsbeginsel wordt toegepast door de organisatie	3.2.2. Kwaliteit
15	Extern ontwikkelde economische, milieugerelateerde en maatschappelijke handvesten, beginselen of andere initiatieven die de organisatie onderschrijft of ondersteunt	2.4. Onze externe partners 2.6. <i>Ons engagement binnen de sector</i>

titel/nr	gri standaard	referentie
16	Lidmaatschappen van verenigingen (zoals vakverenigingen) en nationale of internationale organisaties die belangen behartigen, waarbij vooral wordt verwezen naar lidmaatschappen op het niveau van de organisatie	2.6. Ons engagement binnen de sector
16,1	bekleedt een positie in het bestuursorgaan	3.1.3. In gesprek met Lieve Bossuyt 2.6. <i>Ons engagement binnen de sector</i>
16,2	neemt deel aan projecten of comités	2.6. Ons engagement binnen de sector
16,3	verstrekt een aanzienlijke financiering buiten de normale lidmaatschapsbijdragen	2.4. Onze externe partners 2.6. <i>Ons engagement binnen de sector</i>
16,4	beschouwt het lidmaatschap als strategisch	2.4. Onze externe partners 2.6. <i>Ons engagement binnen de sector</i>
D: BETROKKENHEID VAN BELANGHEBBENDEN		
24	Lijst van relevante groepen belanghebbenden die door de organisatie zijn ingeschakeld	2.4. Onze externe partners 3.2. <i>De vijf waarden van BOSS paints</i>
E: RAPPORTPROFIEL		
28	Verslagperiode voor de versterkte informatie (zoals fiscaal of kalenderjaar)	5.4. GRI
31	Het contactpunt voor vragen over het verslag en de inhoud ervan	4. Slotwoord
G: ETHIEK EN INTEGRITEIT		
56	Waarden, principes, standaarden en gedragsnormen van de organisatie	3.1. Onze missie en waarden
Materiële topics		
A: ECONOMISCH		
Aspect: Economische aspecten		
EC1	Rechtstreeks gegenereerde en gedistribueerde economische waarde	5.3. Cijfers rendement
B: MILIEU		
Aspect: Energie		
EN3	Energieverbruik binnen de organisatie	5.2. Cijfers milieu
EN6	Vermindering van het energieverbruik	3.2.4. Milieu
Aspect: Water		
EN8	Totale wateronttrekking per bron	5.2. Cijfers milieu
Aspect: Emissies		
EN15	Directe emissies van broeikasgassen (scope 1)	3.2.4. Milieu
EN16	Indirecte emissies van broeikasgassen (scope 2)	3.2.4. Milieu
EN17	Andere indirecte emissies van broeikasgassen (scope 3)	3.2.4. Milieu

titel/nr	gri standaard	referentie
<i>Aspect: Afvalwater en water</i>		
EN23	Totaalgewicht afval naar type en verwijderingsmethode	5.2. Cijfers milieu
<i>C: SOCIAAL</i>		
<i>Aspect: Werkgelegenheid</i>		
LA1	Totaal aantal nieuwe medewerkers en verloop naar leeftijdsgroep, geslacht en regio	5.1. Cijfers mens
<i>Aspect: Opleiding en training</i>		
LA11	Percentage werknemers die worden opgevolgd omtrent prestatie- en loopbaanontwikkeling, onderverdeeld naar geslacht en werknemerscategorie	5.1. Cijfers mens
<i>Aspect: Naleving</i>		
SO8	Monetaire waarde van significante boetes en geheel van niet-monetaire sancties voor het niet-naleven van wetten en regelgevingen	5.3. Cijfers rendement

