

Everything
your pet needs
flamingo.be



Flamingo Pet Products nv
Lammerdries -
Winkelstraat 25
2250 Olen
België

Designed and produced by Flamingo ©2024



Duurzaamheids- rapport 23



Rapportageperiode:

1 januari 2023 - 31 december 2023

Publicatiedatum:

17 juni 2024

Contactpersoon:

Kirsten Ceulaers, QC & Sustainability Coordinator

Voor feedback en/of vragen over de inhoud van dit rapport en op ons duurzaamheidsbeleid kan je terecht bij sustainability@flamingo.be





Inhoud

Voorwoord door onze CEO	4
Missie en waarden	6
Geschiedenis en groei	8
Structureel overzicht	10
Onze Country Manager in Italië aan het woord	12
Ons merk: Flamingo	14
Duurzame bedrijfsvoering	16
Kerncijfers	17
Onze transportpartner DistriLog	18
Duurzaamheidsstrategie	20
Materialiteit	20
Onze doelstellingen bereiken	22
Onze strategie in de praktijk	23
Circulaire verpakkingen	24
Klimaatbescherming	27
Energie-efficiënte nieuwbouw	28
Duurzame producten	32
Samenwerking met Moderna Products	34
Veilige en aangename werkomgeving	36
Veilige producten voor huisdieren en hun baasje	38
Duurzame samenwerkingen	42
Economische groei	48
GRI Content Index	52



**“Duurzaamheid is
deel van ons DNA!”**

Guy Toremans Guy Toremans, CEO

Vorig jaar stonden we met Flamingo aan de wieg van een belangrijke stap in onze branche. We kregen de boodschap dat het uitbrengen van een duurzaamheidsrapport wettelijk verplicht wordt in 2026. Maar om aan te tonen dat duurzaamheid écht belangrijk is bij Flamingo, wilden wij daar niet op wachten. Zo waren we vorig jaar dan ook een van de eerste bedrijven in de pet sector die de kar zijn beginnen trekken in het uitbrengen van een duurzaamheidsrapport.

Aan ons eerste rapport begonnen we een beetje zoals een puppy die zijn eerste stapjes zet: wat onzeker, maar vol belofte en enthousiasme. Samen met onze Sustainability Coordinator, externe partners en input van al onze stakeholders brachten we ons eerste rapport uit, en ontvingen we tal van enthousiaste reacties. En kijk nu: met trots presenteren we intussen ons tweede rapport.

Maar bij Flamingo is duurzaamheid niets nieuws. We zetten ons al jaren in voor maatschappelijk verantwoord ondernemen, al voordat we ons eerste duurzaamheidsrapport uitbrachten. Het is een gegeven dat door elk aspect van onze onderneming loopt, een onderdeel van ons DNA als bedrijf. In ons rapport zul je meer vinden dan alleen de doelen die we hebben bereikt: het is een inkijk in onze zorgvuldige methoden, onze toewijding en de plannen die we hebben om onze duurzame toekomst te vormen. Elk hoofdstuk in het rapport is als een pootafdruk op ons pad naar een betere wereld, waarbij we geloven in kleine, haalbare stappen. Elke stap brengt ons dichterbij het grote doel.

Maar onze inzet voor duurzaamheid stopt niet bij onze eigen bedrijfsvoering. Duurzaamheid is voor Flamingo veel meer dan het ecologische aspect. Voor ons is het ook de relatie tussen baasje en huisdier, tussen ons bedrijf en de werknemers, de verschillende stakeholders, en alles om ons heen. Onze aanpak op vlak van duurzaamheid zorgt voor een cultuur waar duurzaamheid verankerd is in ons verhaal en een natuurlijk onderdeel van alles wat we doen. We streven ernaar om iedereen, van onze medewerkers en klanten tot onze leveranciers en partners, te betrekken bij en bewust te maken van het belang van duurzame praktijken. En vooral ook aan het vertrouwen te bouwen dat duurzaamheid leeft bij ons. We willen in de non-food pet sector een inspiratiebron zijn op vlak van verantwoord ondernemen. In de Kempen, maar ook ver daarbuiten.

Duurzaamheid is een gezamenlijke missie, een zaak van iedereen. Door samen te werken dragen we elk ons steentje bij aan een uitnodigende wereld, waar elk huisdier en baasje zich goed voelen.



Missie en waarden

Omdat je huisdier echt het allerbeste verdient, vind je bij Flamingo steeds wat je nodig hebt in ons ruime assortiment van 8500 producten. Want we willen allemaal ons huisdier toch gelukkig maken zijn hele leven lang?

En we moeten toegeven dat als onze trouwe vriend blij is, wij dat als baasjes ook zijn. In ons uitgebreide assortiment vind je dus alles wat je huisdier nodig heeft. Bovendien zorgen wij ook altijd voor een zo snel mogelijke levering bij onze verdelers zodat er nooit een tekort is aan je huisdier zijn favoriete Flamingo-producten.

Unieke producten voor een unieke band

Niet alleen de wereld, maar ook de band met je huisdier verandert voortdurend en net daarom lanceren we bij Flamingo elke maand nieuwe producten. Zo kunnen baasjes blijven genieten van de bijzondere momenten met hun huisdieren. Denk maar aan samen spelen, je huisdier verwennen met iets lekkers of gezellig nestelen met je huisdier.

Voor elk huisdier en elk baasje

Bij Flamingo is iedereen en elk huisdier welkom, of je huisdier nu poten, vleugels of vinnen heeft. We zijn er voor elk baasje met elk budget. Naast de populaire producten voor honden en katten hebben we ook heel wat behoeften in het assortiment voor vogels, kippen, knaagdieren, vissen en reptielen. En dat steeds met een aanbod in verschillende prijsklassen.

Onze troeven



Groot assortiment van 8500 producten voor hond, kat, knaagdier, kip, vis, vogel en reptiel.



Tientallen nieuwe producten per maand voor een up-to-date assortiment.



Iedereen kan, om het even waar ter wereld, verdeler worden van Flamingo. We zijn momenteel actief in 62 landen.



We doen er alles aan om je bestelling binnen de 24 uur klaar te maken voor verzending naar België, Nederland, Luxemburg, Frankrijk, Duitsland en Italië.




We streven steeds naar een servicegraad van minstens 95%.



Onze Flamingo-producten worden zorgvuldig geselecteerd bij producenten uit Europa, het Verenigd Koninkrijk, Azië en Noord-Amerika.



**Feedback of vragen?
Onze 200+ medewerkers staan voor je klaar.**



Huisdieren en hun baasjes hebben een unieke band. En we zien steeds vaker dat onze huisdieren onze steun en toeverlaat zijn, deel uitmaken van ons gezin of zelfs een weerspiegeling van wie we zijn als baasje.

Die unieke band tussen elk huisdier en elk baasje willen we bij Flamingo in de verf zetten. Dat is dan ook de reden waarom we als groothandel van dierenbenodigdheden al meer dan 50 jaar alles in huis hebben om beestjes en hun baasjes dichterbij elkaar te brengen en te zorgen voor een aangenaam leven samen.



Geschiedenis en groei

 93
 10.300 m² 
 7000

NIEUWE SITE IN HERENTALS
 Het Flamingo-gebouw is zichtbaar vanaf de E313 en bevat nu een **showroom van 400m²**.

1972

FLAMINGO IS BORN

Réne Van Tendeloo start een lokale **vogelhandel** in een loods in de achtertuin.

 2


1980

Flamingo maakt de overstap naar **groothandel in accessoires voor vogels**.

1985

 5
 ±1.200 m²

UITBREIDING AANBOD

Het assortiment **breidt snel uit** naar alle huisdiergroepen. Flamingo neemt zijn intrek in een loods in Grobbendonk.

2004

119 

1991

NIEUWE SITE IN GROBBENDONK

24 
 ±3.300 m² 

Vanaf 1991 nam Erwin Van Tendeloo het bedrijf van zijn vader over en werden de exportactiviteiten opgestart. **Flamingo barst uit zijn voegen**. Een nieuwe verhuis dringt zich snel op.

1995



GROEIPERIODE MET ENKELE OVERNAMES

Tussen 1995 en 2005 **groeit Flamingo gestaag**. Enkele bedrijven worden overgenomen waarvan 3 in België en 2 in Nederland.



1972 - 2022

HERSTART 'FLAMINGO PET PRODUCTS'

Flamingo komt terug in lokale handen met CEO Guy Toremans en managing director Erwin Van Tendeloo.

Lancering nieuwe website

2016



2022

FLAMINGO VIERT 50 JAAR!

Dat zijn ongeveer 4 hondenlevens!



2023

NIEUWBOUW IN OLEN

Vanaf november 2023 zal Flamingo zijn activiteiten verder ontplooiën vanuit een gloednieuw kantoorgebouw en 'megazijn'.



NIEUWE SITE IN GEEL

Flamingo verdubbelde zijn capaciteit en verhuist naar een nieuw gebouw in Geel dat deze groei verder kan volgen.



2009

Flamingo treedt uit de investeringsgroep.

2011



OVERNAME INVESTERINGSGROEP

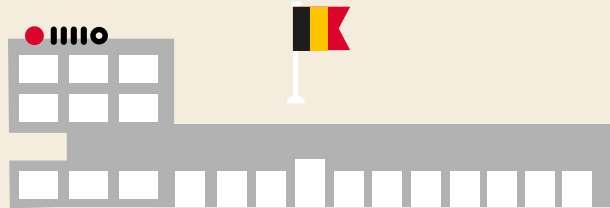
Flamingo treedt met 184 medewerkers toe tot een Duitse investeringsgroep.



Structureel overzicht

boosten de verkoop van onze klanten in meer dan **62 landen**

Hoofdkantoor



62 mensen op kantoor

18 mensen in het sales-team

70 mensen in het magazijn bereiden binnen 24 uur bestellingen voor retailers over de hele wereld voor.

Sales-teams worldwide **54**



Benelux

19



Duitsland

6



Frankrijk

12



Italië

17

1 medewerker aankoop in China







Onze Country Manager in Italië aan het woord

In 2023 startte de nieuwe sales afdeling op in Italië, met Attilio als Country Manager. Een nieuwe markt met een nieuw team benaderen, maandelijks nieuwigheden en promoties brengen, klantenrelaties opbouwen en nieuwe prospects warm maken voor onze producten. Dat waren de doelstellingen voor Attilio, die deze opportuniteit niet uit de weg ging, samen met Sales Manager Sergio Trincherio en hun team.

“Ik ben bij Flamingo komen werken omdat ik op zoek was naar een functie in een georganiseerde organisatie en ze een mooie professionele opportuniteit voor me hadden. Ik stond versteld van het ruime assortiment aan producten voor huisdieren en heb niet getwijfeld toen ik de kans kreeg om mijn schouders te zetten onder dit nieuwe project”, klinkt het bij Attilio als we vragen waarom hij (graag) bij Flamingo werkt.



Waarom hij zo zeker was dat Flamingo in Italië zou aanslaan?

“Na enkele testen van de kwaliteit van zowel de producten als de service was het al snel duidelijk dat het een goede match zou zijn tussen Flamingo en Italië. Er was een zekere angst dat er een te grote afstand zou zijn tussen het hoofdkantoor en de Italiaanse markt, maar de service heeft bewezen dat we met Flamingo op hetzelfde niveau zitten als een lokale verdeler in Italië en dat is belangrijk. Voornamelijk het dynamische aspect, het ruime aanbod en het aanbieden van nieuwigheden is belangrijk”, zegt de Country Manager.

“Flamingo werd heel goed ontvangen bij de verdelers in Italië, voornamelijk ook omdat ze nu begrijpen wie en wat Flamingo als merk is. Wat vroeger gewoon een merknaam was, heeft nu een invulling gekregen dankzij onze persoonlijke aanpak.”

Verder vertelt Attilio hoe de sales verloopt in Italië in vergelijking met België.

“In Italië zien we nog veel kleine zelfstandigen, maar ook de ketens zijn aan het groeien. De e-commerce is er ook in opmars, maar daar zijn ze later mee gestart in vergelijking met andere landen. Wat betreft Flamingo is de merknaam al wel gekend, maar natuurlijk niet zo sterk als in de Benelux bijvoorbeeld. Daar werkt ons team nu aan. Dat verloopt enigszins vlot omdat het een zeer interessant merk is dat we hebben.”

“De uitbreiding naar Italië zelf is goed verlopen. Het gaat de goede richting uit, maar het heeft ook wat tijd nodig. De markt van huisdieraccessoires in Italië is wat kleiner dan in andere landen, maar met sterke account managers in ons team verloopt dit goed.”

De volgende vraag op de lijst luidt: hoe verloopt de samenwerking tussen de Italiaanse en Belgische collega's?

“Very good”, lacht Attilio, “Beter dan verwacht. We hadden verwacht dat er een gevoel van afstandelijkheid zou zijn, maar dat is niet het geval. Alle collega's waarmee ik samenwerk, staan dicht bij mij en het team.”

De trend in de huisdierensector in Italië?

Dat is volgens Attilio zeker en vast duurzaamheid, aangevuld door specifieke producten zoals kattenbakvullingen.

Hoe staan de Italiaanse consumenten en verdelers dan tegenover duurzaamheid?

“Ze hebben zeker en vast interesse. Italië was een van de eerste EU-landen dat aan recyclen deed en daarom hebben ze een heel goede perceptie over dit onderwerp. Niet alleen voor huisdieren, maar ook vaak voor zichzelf, bijvoorbeeld door beter te eten en organische voeding te kopen. Er is wel een zekere balans tussen duurzaamheid en de koopkracht. De mensen willen duurzame(re) producten kopen, maar tegelijkertijd willen ze er niet het dubbele betalen. Dit geldt zowel voor baasjes, die blij zijn dat ze duurzame producten kunnen kopen voor hun huisdieren, maar ook voor de verdelers die er zich van bewust zijn dat dit een belangrijk onderwerp is voor de kopers.”

De toekomst van Flamingo in Italië ziet Attilio als Country Manager rooskleurig.

“We zijn nog maar net begonnen met het product te introduceren in de markt, maar het doel is uiteraard wel om marktleider te worden. We weten wat de klanten zoeken: een groot aanbod producten, regelmatige nieuwigheden, een goede service en een betrouwbare leverancier. Dat kunnen we bij Flamingo aanbieden op de markt en zo groeien tegenover de concurrentie.”



Ons merk: Flamingo

Wie 'Flamingo' zegt, die zegt ook 'enorm assortiment'. Bij Flamingo vind je accessoires en snacks voor elk huisdier en elke eigenaar, allemaal tegen betaalbare prijzen. Ons assortiment wordt voortdurend vernieuwd met nieuwe producten, zodat het altijd up-to-date is en aansluit bij de behoeften en trends in de huisdierenindustrie.

Ons ervaren team selecteert zorgvuldig producten op basis van prijs-kwaliteitverhouding en functionaliteit. We werken zelfs samen met producenten om verbeteringen aan te brengen, waardoor veel van onze Flamingo-producten uniek zijn.

Onze producten kan je in de winkel makkelijk herkennen aan de typische Flamingo-branding. Daarnaast maken we er een punt van om correcte en duidelijke informatie op de verpakking te vermelden. En dat in 16 talen. Zo kun je altijd het perfecte product kiezen voor jou en je trouwe metgezel.

Flamingo First Class Selection

Flamingo First Class Selection is ons assortiment voor huisdieren en baasjes die hun producten extra willen koesteren. Het zijn de meest kwaliteitsvolle keuzes binnen hun categorie in ons Flamingo-aanbod. Deze producten worden met extra zorg vervaardigd en zijn gemakkelijk te herkennen aan de donkergrijze verpakking, waardoor ze direct opvallen in de winkelrekken.



Kong and Flexi

Naast ons eigen merk Flamingo verkopen we ook Kong en Flexi. We willen namelijk voor onze klanten een one-stop leverancier zijn. Met andere woorden willen we een totaalassortiment kunnen aanbieden en dat is moeilijk zonder deze merken. Kong en Flexi zijn wereldwijd de bekendste non-food merken in de pet sector en dus een gevestigde waarde. Kong staat bekend om zijn supersterke honden- en kattenspeelgoed. Flexi staat bekend om zijn rollijnen.

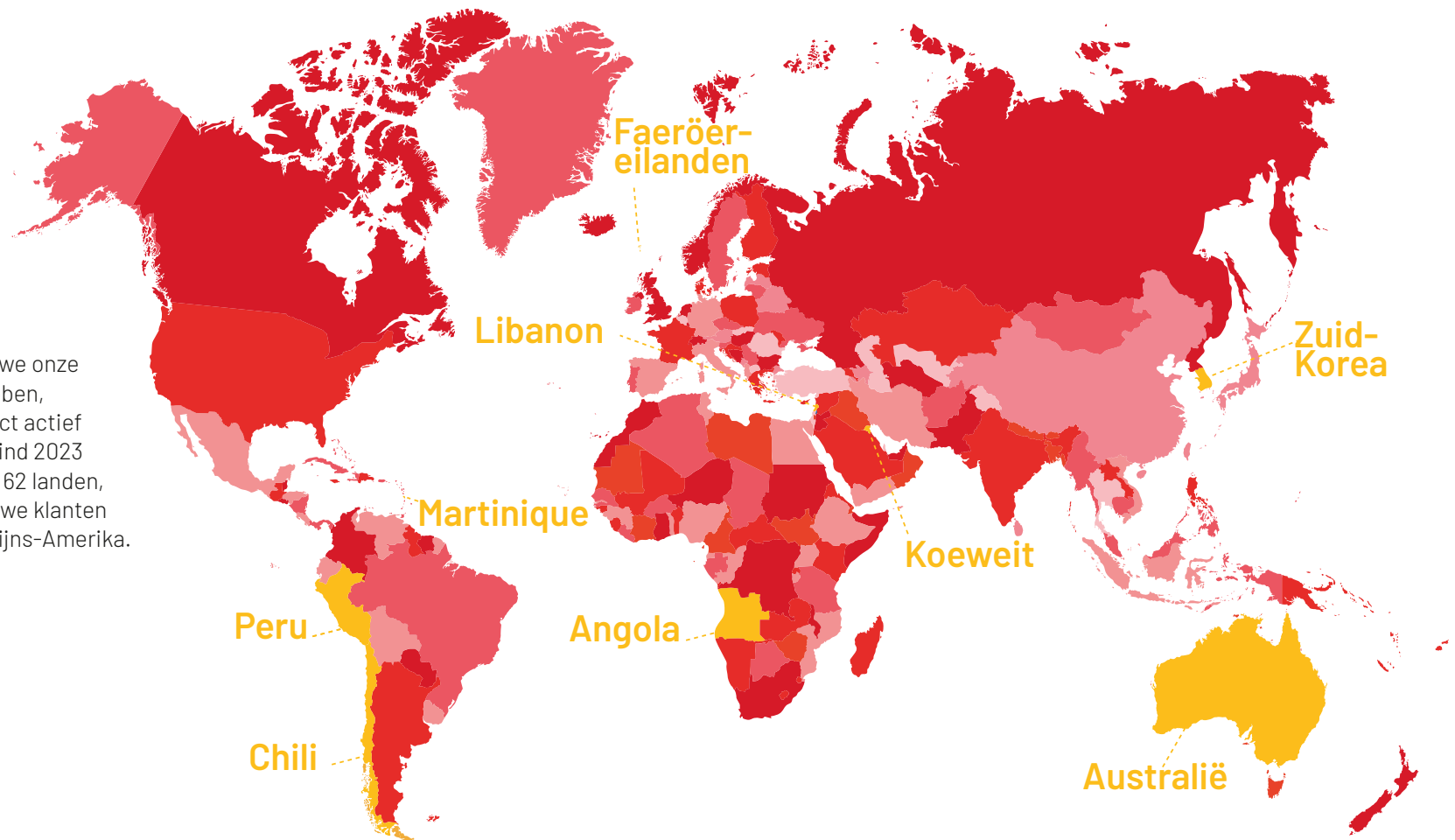
Private label

Sinds enkele jaren timmeren we ook aan de weg van ons 'Private Label-assortiment.' Die producten dragen de merknaam van onze klanten zelf. Hiervoor gaan onze collega's van het Direct Sales-team op zoek naar de juiste match tussen klant, product en leverancier. Eind 2022 hadden we 311 PL-artikelen in ons assortiment, eind 2023 waren dat er al 1611.



Afzetmarkten

Naast de landen waar we onze eigen sales teams hebben, is Flamingo Pet Product actief over de hele wereld. Eind 2023 exporteerden we naar 62 landen, waarbij we vooral nieuwe klanten zagen bijkomen in Latijns-Amerika.



9
NIEUWE landen



Duurzame bedrijfsvoering

Flamingo is als bedrijf op korte tijd sterk gegroeid. Bij een groot personeelsaantal is het niet altijd evident om iedereen altijd goed te betrekken. Maar toch willen we te allen tijde waarborgen dat de strategie en visie van Flamingo goed overgedragen wordt naar alle medewerkers. Daarvoor kwam er in 2022 de beslissing om een middelmanagement toe te voegen aan de bestaande structuur. Een bedrijf sturen is namelijk geen onemanshow. Het is van belang mensen te hebben die het schip mee op koers houden.

Het middelmanagement draagt de visie van Flamingo mee uit en ondersteunt de dagelijkse operationele taken. Ze dienen ook als klankbord voor de mensen in hun team. Bovendien brengen we met die personeelsuitbreiding extra ervaring en vernieuwende ideeën aan boord. En ook dat is een bewuste keuze. Gezien de groei van Flamingo was het een verstandige zet voor ons bedrijf om niet alle toekomstige beslissingen in handen van enkele mensen te leggen, maar die af te toetsen aan de verschillende meningen in het management.

Door deze manier van werken, kunnen onze CEO en Managing Director bepaalde verantwoordelijkheden overdragen en hun tijd anders efficiënt inzetten. Bij Flamingo hebben we namelijk de ambitie om te blijven groeien en niet alleen op Belgische bodem. Zo'n internationale expansie vraagt veel tijd en energie, die dan niet naar het operationele beleid kan gaan. Wat maakt dat onze leidinggevenden niet altijd op kantoor zijn, maar het wel belangrijk is dat Flamingo in tussentijd in goede handen is.

De nieuwe structuur in het bedrijf zorgt ook voor een positieve evolutie in het kader van ons duurzaamheidsverhaal. Om voor een goede totstandkoming van ons duurzaamheidsbeleid te zorgen, is de steun van die collega's essentieel. Toch vraagt het heel wat werk om duurzaamheid continu hoog op de agenda te houden. Voornamelijk bij de collega's die er niet dagelijks mee geconfronteerd worden, moeten we wat extra inspanningen leveren om het thema warm te houden.

Voor onze duurzaamheidsrapportering zetten we KPI's of Key Performance Indicators op voor al onze thema's. Dat betekent dat we bij alle duurzaamheidsthema's waar we binnen het bedrijf aan werken onze prestaties meten. Omdat die prestaties overal in het bedrijf terug te vinden zijn, is er een brede gedragenheid. Onder andere bij onze collega's van marketing, het hoofd van onze aankoopdienst, de collega's in het magazijn en bij het Master Data team of onze CEO, in bijna alle afdelingen hebben we collega's die in 2023 rechtstreeks betrokken waren bij de opvolging van de KPI's voor onze duurzaamheidsrapportering.

Kerncijfers 2023

904 nieuwe producten



205 medewerkers



295.712 kWh groene energie door

3480 zonnepanelen



62 exportlanden

BNLX



+40.56% omzet webshop

16945.5kg



plastic verpakking verminderd



Onze transport-partner DISTRILOG

Flamingo denkt ook bij het transport van de producten aan duurzaamheid. Zo werken we samen met DISTRILOG als transportpartner.

Om deze samenwerking en de duurzame activiteiten van de transporteur uit te lichten spraken we met Robert-Jan, Business Development en Key Account Manager van transportklanten zoals Flamingo.



DISTRILOG is een familiebedrijf dat 30 jaar geleden is opgericht met een HQ in Breendonk. Met een beschikbare opslag van 480.000 m² en 1.650 personeelsleden zijn ze een grote logistieke speler in België.

Het bedrijf richt zich op een aantal verschillende sectoren, waaronder Fast-moving consumer goods en retail de grootste zijn, met klanten zoals Delhaize, Colruyt, Carrefour en hun leveranciers. Zo komt 60% van wat in de supermarkt ligt uit de magazijnen van DISTRILOG.

Een ander gedeelte is de DIY en petsector. Daar vallen alle leveranciers naar grote tuincentra en dierenspeciaalzaken onder, zoals Flamingo, Aveve, Tom&Co en Compo. Voor verschillende van deze klanten zorgen ze ook voor de opslag en bewaring van goederen in de magazijnen.

“Distrilog heeft dus drie hoofdactiviteiten in België”, zegt Robert-Jan.

“De warehousing, dus de opslag, picking en packing van goederen, is goed voor 50% van de omzet van Distrilog. In Willebroek, Londerzeel en Vilvoorde hebben we de grootste logistieke activiteiten. In Olen zit ons magazijn ook zo goed als vol. We hebben zowel in Willebroek als in Olen een transporthub. Je zou kunnen denken dat het inefficiënt is om 2 hubs op slechts 75 km van elkaar te hebben, maar dit komt omdat we zo de Antwerpse ring kunnen vermijden overdag en de levering in de Kempen, Limburg en Luik toch binnen aanzienlijke tijd kunnen garanderen. Verder hebben we nog een crossdock in Jumet voor het transport in het zuiden van het land. De goederen die binnenkomen in een crossdock zijn binnen de 24 uur ook weer weg. Drie van onze 23 sites hebben zo’n crossdock, waaronder ook in Olen.”

Transport is een ander groot deel van de omzet: zo’n 45%.

“We hebben een 470 vrachtwagens, waarmee 8.000 à 12.000 paletten per dag worden getransporteerd door 450 vaste chauffeurs. In de echt drukke periodes maken we ook wel gebruik van onderaannemers, maar dit zijn steeds vaste aannemers. Zo hebben we een goed zicht op ons personeelsbestand en zijn onze chauffeurs ook het gezicht van ons bedrijf voor onze klanten.”

“In de Benelux hebben we een 24 uursservice. Kortom, alles wat vandaag wordt opgehaald, wordt morgen bij de klant geleverd. We voorzien ook steeds een realtime track & trace, zodat je in elke fase van het proces kan zien waar een pallet zich bevindt.”

Bij Distrilog denken ze, net als bij Flamingo, ook aan duurzaamheid.

Zo zijn alle gebouwen BREAAAM-gecertificeerd, werken ze met lucht-emissie-verwarming, recupereren ze het regenwater, liggen er zonnepanelen op alle magazijnen, werken ze papierloos en enkel met scanners, en zijn alle magazijnen voorzien van LED-verlichting en sensoren.

Ook in het wagenpark maken ze duurzamere keuzes.

De vrachtwagens rijden vooral op LNG en bio-LNG, maar ook op HVO (bio-diesel). Met een software-tool maken ze de planning op zodat vrachtwagens zo weinig mogelijk kilometers moeten afleggen tussen de verschillende stops.

LNG: Door aardgas te koelen tot -162°C wordt het vloeibaar. LNG heeft een veel kleiner volume dan aardgas, wat meer capaciteit in de tank en een grote actieradius mogelijk maakt. Het heeft een aanzienlijk lagere uitstoot van zwavel, fijnstof en stikstof dan andere fossiele brandstoffen, waardoor het momenteel het beste alternatief voor diesel is. **Bio-LNG** wordt gemaakt van organisch materiaal zoals plantaardige resten of mest. **HVO** (Hydrotreated Vegetable Oil) is een fossielvrije en hernieuwbare dieselbrandstof gemaakt van plantaardige oliën en restafval, zonder gebruik van fossiele aardolie.

Een ander mooi initiatief is de value added logistics.

“Dit is het mooiste stuk van ons magazijn”, zegt Robert-Jan. “We hebben een drietal maatwerkbedrijven die voor ons werken. Dat is steeds in-house. Deze mensen doen hier van alles: displays opbouwen, shrinken, co-packing, enzovoort. Ze komen ook heel graag werken en dat is mooi om te zien. Gemiddeld gaat dit over 200 voltijdse profielen die we extra aanwerven voor die activiteiten.”

Distrilog zorgt voor een aangename werkomgeving voor het personeel.

“Onze personeelsleden krijgen veel verantwoordelijkheid toegewezen. Ze hebben veel eigen beslissingsrecht. Bijvoorbeeld onze magazijniers verzetten niet enkel paletten van A naar B, maar ze zijn ook verantwoordelijk voor een aantal gangen en moeten zorgen dat alles netjes is en alles op de juiste plaats staat.”

“Hoewel we een groot bedrijf zijn, proberen we voor onze medewerkers toch een familiebedrijf te zijn. Sommigen vertrekken voor een meerprijs, maar komen toch snel terug omdat de sfeer bij ons helemaal anders is dan elders. We gaan heel hartelijk met elkaar om en dat vinden de mensen fijn.”



Duurzaamheidsstrategie

Materialiteit

Flamingo is een snelgroeiend bedrijf en door onze groei vergroten we ook onze impact op onze omgeving en de maatschappij. Het is dan ook onze taak om onze impact te evalueren en waar nodig te verbeteren. Die verantwoordelijkheid willen we niet uit de weg gaan. Daarom zijn we in 2022 begonnen met het opzetten van een strategie om duidelijkere doelstellingen te kunnen formuleren op korte en lange termijn. Maar hoe begin je daaraan? Het was een hele opdracht om te kiezen uit honderden duurzaamheidsthema's en daarin prioriteiten te stellen. Na wat onderzoek kozen we voor een materialiteitsanalyse om richting te kunnen bieden. Met een materialiteitsanalyse ga je op zoek naar je 'materialiteit', ofwel de thema's die voor je bedrijf het meest relevant zijn om op te werken, waar je impact het grootst is of kan zijn, zowel positief als negatief. De eerste stap in de analyse was een interne workshop met collega's van verschillende afdelingen, bijgestaan door een consultant. We gebruikten de vijf P's voor duurzame ontwikkeling als kapstok om op te werken: planet, people, prosperity, peace, en partnership. Het principe van de vijf P's stelt namelijk dat duurzaam handeldrijven enkel kan wanneer de vijf P's in evenwicht zijn.



Uit alle thema's en ideeën die werden besproken, haalden we 32 duurzaamheidsthema's die we daarna hebben bevraagd in een stakeholdersenquête. We vroegen verschillende van onze relaties waar volgens hen onze prioriteiten lagen. Dit onderzoek deden we in acht verschillende stakeholdergroepen: interne medewerkers, leveranciers, transporteurs, klanten en ook consumenten. In totaal vulden zo'n 400 mensen uit 40 landen en in zes verschillende talen de enquête in.

Tijdens het verloop van de enquête hebben we ons verdiept in de GRI-standaarden. Het 'Global Reporting Initiative' (GRI) is wereldwijd een van de meest gebruikte rapporteringskaders voor duurzame activiteiten. We hebben de GRI-standaarden gebruikt als basis voor het bepalen van onze KPI's. Zo wisten we ook hoe we onze prestaties binnen de verschillende thema's konden meten. Het gebruik van het GRI-kader heeft er ook voor gezorgd dat we onze eigen voortgang konden meten en deze vergelijken met andere GRI-rapporten.

Na een grondige analyse van de GRI-standaarden, het resultaat van de enquête en onze interne workshop, hebben we samen met het management zeven thema's gekozen die voor Flamingo uit de bus kwamen als materiaal. Er werd dan beslist op de volgende zeven thema's te werken en te rapporteren.

Deze zeven thema's hebben in 2022 de toon gezet voor ons eerste duurzaamheidsrapport, dat we in 2023 uitbrachten.

In de loop van 2022 en 2023 werd de inhoud en de details van de nieuwe rapporteringsrichtlijn voor duurzame activiteiten, de CSRD of 'Corporate Sustainability Reporting Directive', steeds duidelijker. Omdat de rapporteringsverplichting ook voor Flamingo geldt, zijn we hard aan het werk om ons klaar te maken voor de eerste verplichte rapportering in 2026 over het jaar 2025. Om ons daarbij te helpen, werken we samen met een partner.

In 2023 hebben we al heel wat werk verzet. Zo hebben we onze interne processen bekeken, maar ook de huidige dataverzameling en deden we een dubbele materialiteitsanalyse op basis van onze eerste, enkelvoudige analyse. Voor de nieuwe richtlijn is het namelijk belangrijk dat de duurzaamheidsthema's op twee manieren bekeken worden: niet enkel vanuit de impact van het bedrijf op de omgeving en de maatschappij (inside-out), maar ook de impact die de thema's kunnen hebben op het bedrijf (outside-in). De laatste manier noemen we ook wel de financiële materialiteit, omdat er vooral wordt gekeken naar de financiële risico's en opportuniteiten van een duurzaamheidsthema voor een bedrijf.

Ook in 2024 zetten we ons werk verder, want er is nog heel wat werk voor de boeg. Het rapport over 2023 is, net als het rapport over 2022, een vrijwillig rapport. Het is een verslag over het reilen en zeilen bij Flamingo. We willen hiermee onze partners, klanten en consumenten graag een kijkje achter de schermen geven van ons bedrijf. Transparante communicatie is voor Flamingo heel belangrijk, net zoals sectorgenoten inspireren met onze initiatieven, want we geloven dat we alleen zo écht impact kunnen creëren. En dat staat voor ons los van de rapporteringsverplichting.

	Planet	Circulaire verpakkingen	 Peace Governance
		Klimaatbescherming	
		Duurzame producten	
	People	Veilige en aangename werkomgeving	
		Veilige producten voor huisdieren en hun baasje	
	Prosperity	Economische groei	
	Partnership	Duurzame samenwerkingen	



Onze doelstellingen bereiken



De Sustainable Development Goals (SDG's) of Internationale Ontwikkelingsdoelstellingen werden door de Verenigde Naties in 2015 opgemaakt voor een duurzamere wereld in 2030. Er zijn in totaal 17 doelstellingen met 169 targets. Ze kunnen onderverdeeld worden in vijf thema's. Dat zijn de vijf P's voor duurzame ontwikkeling: People, Planet, Prosperity, Peace en Partnership. Ofwel mensen, planeet, welvaart, vrede en partnerschap. De SDG's vormen een internationaal kader voor duurzame ontwikkeling en ontwikkelingssamenwerking, dat ervoor zorgt dat alle neuzen dezelfde kant op wijzen.

Ook bij Flamingo willen we duidelijk communiceren dat onze inspanningen de internationale duurzaamheidsagenda ondersteunen. Na ons materialiteitsonderzoek maakten we daarom een tweede oefening waarin we de inhoud van onze zeven duurzaamheidsthema's vergeleken met de SDG-doelen. Het resultaat van die oefening toont welke duurzaamheidsthema's bijdragen aan welke internationale ontwikkelingsdoelstellingen. Hier vind je de relevante SDG's voor elk van onze duurzaamheidsthema's.





Duurzame samenwerkingen



Veilige en aangename werkomgeving



Klimaatbescherming



Veilige en aangename werkomgeving
Duurzame samenwerkingen
Economische groei



Klimaatbescherming
Duurzame producten
Veilige producten voor huisdieren en hun baasje
Economische groei



Veilige en aangename werkomgeving



Circulaire verpakkingen
Duurzame producten
Veilige producten voor huisdieren en hun baasje
Duurzame samenwerkingen
Economische groei



Klimaatbescherming



Circulaire verpakkingen



Circulaire verpakkingen
Duurzame producten
Veilige producten voor huisdieren en hun baasje



Duurzame samenwerkingen



Duurzame samenwerkingen



Circulaire verpakkingen

Productverpakkingen

In 2023 hebben we onze aanpak die we hadden in 2022 verdergezet. We proberen nog steeds plastic in verpakkingsmaterialen zoveel mogelijk te vermijden, net zoals overtalig verpakkingsmateriaal of bevestigingen aan de verpakkingen, denk maar aan nietjes en lijm. Enkel waar de aard van het product het vraagt, verpakken we nog in plastic, zoals bijvoorbeeld bij kattenbakvulling. Deze is enkel verpakt in een plastic zak zonder hanglabel. Het grootste deel van ons assortiment wordt verpakt in kartonnen dozen, rugkaarten of op hangtags, wat allemaal recycleerbaar is.

We kijken voortdurend of we het ontwerp van onze verpakkingen kunnen verbeteren. Niet alleen met het oog op gebruiksgemak, maar ook om het aandeel verpakking te kunnen verminderen, het aandeel monomateriaal te kunnen vergroten of om indien nodig van grondstof te kunnen veranderen.

Sinds 2023 registreren we het percentage aan recycleerbare materialen in onze productverpakkingen door een aanpassing aan ons Product Information Managementsysteem (PIM). Op deze manier kunnen we onze verpakkingsdata op een correcte manier in kaart brengen. Dat is van cruciaal belang om te weten als we echt impact willen creëren door verandering in materiaal of door het verpakkingsgewicht te verminderen. In 2024 is het dan ook ons doel om de verpakkingsinformatie in het PIM-systeem te verfijnen, zodat we met alle stakeholders over correcte informatie kunnen spreken.

Sorteerinformatie

Omdat we bij Flamingo onze producten in 62 landen verkopen, dienen we ervoor te zorgen dat onze producten én de verpakkingen ook de nationale besluiten en regelgeving van onze afzetlanden volgen. Landen zoals Frankrijk en Italië hebben hun eigen sorteerregels en ook daar moeten wij aan voldoen. Deze zijn er om het makkelijker te maken voor de consument om hun verpakkingsafval op de juiste manier te sorteren.

Het ontwerpen van de verpakkingen gebeurt bij Flamingo volledig in-house. De collega's van onze Packaging-afdeling zorgen dan ook dat ze continu up-to-date zijn met de regelgeving en verplichtingen die betrekking hebben op de informatie die op de productverpakkingen moet komen. Zo hebben we in 2023 voor Frankrijk en Italië alleen al bij 1660 van onze producten sorteerinformatie toegevoegd op de verpakking. Deze informatie kunnen onze klanten ook allemaal terugvinden op de Franse en Italiaanse versie van onze webshop.

Innovatieve wikkelfolie

In 2023 heeft VOKA een campagne 'Goede Zaken' gelanceerd. Daarmee moedigde ze bedrijven aan een van hun 'goede zaken' in de kijker te plaatsen. Een actie waarmee we een positieve impact creëren op de maatschappij. Met deze campagne konden bedrijven elkaar onderling inspireren en ook de buitenwereld bewust maken van wat er allemaal speelt binnen een bedrijf.

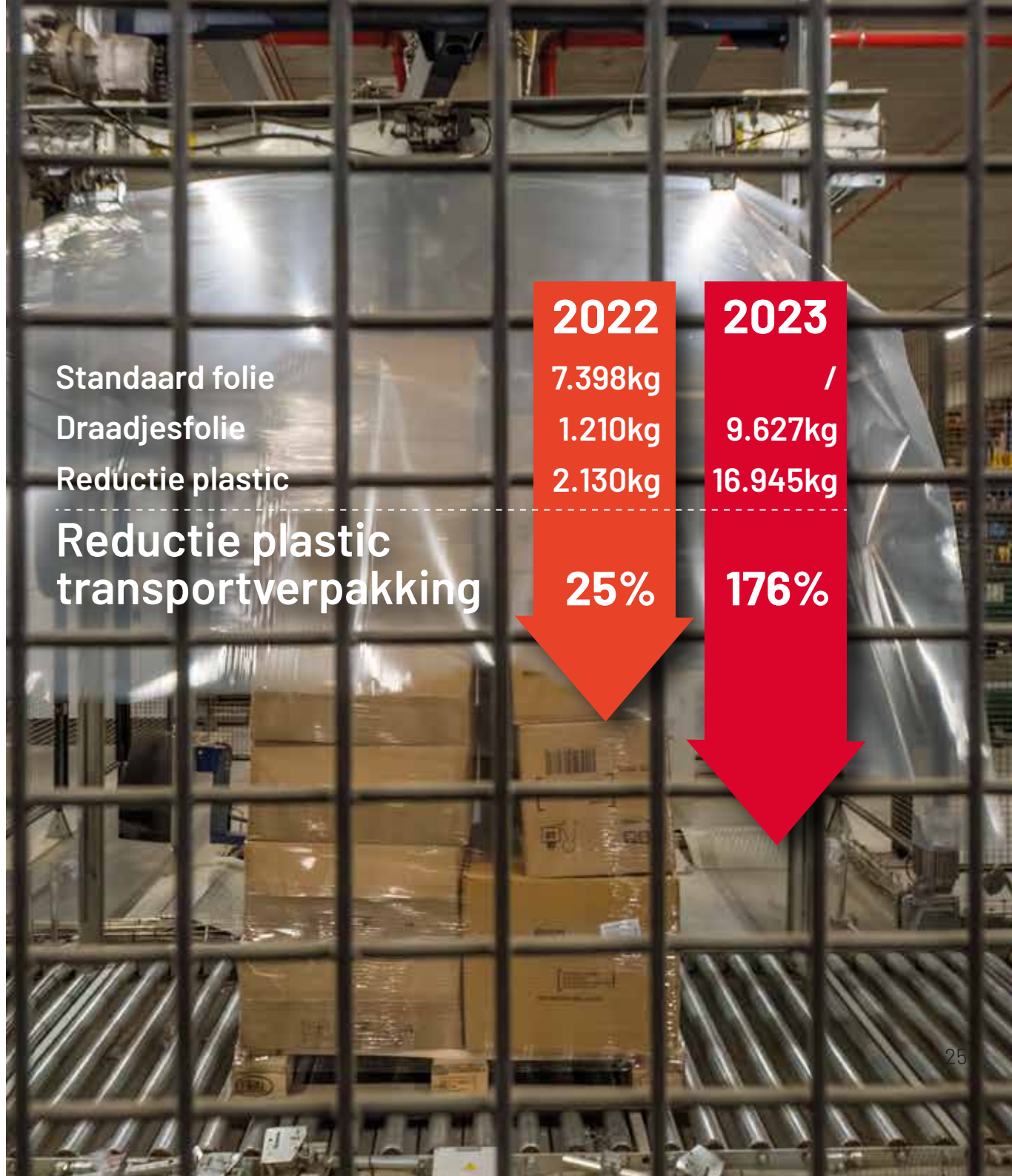
Bij Flamingo kozen we ervoor om de aandacht te vestigen op onze nieuwe wikkelfolie, namelijk een innovatieve draadjesfolie.

In 2023 gebruikten we enkel nog deze draadjesfolie voor onze wikkelmachines. Hiermee konden we in de eerste helft van 2023 maar liefst 64% plastic afval besparen bij het inpakken van onze pallets zonder aan stabiliteit in te boeten!

Eind 2023 hebben we opnieuw de berekening gemaakt en kunnen we afronden op een vermindering van 16.945,5 kg plastic of een reductie van 176% dankzij het gebruik van deze nieuwe folie. Voor de productie van deze palletfolie was er een CO₂-uitstoot van 18.291 kg nodig. Dat is 53.449 kg minder dan de uitstoot die nodig was voor de productie van de traditionele wikkelfolie die we voorheen gebruikten.

FSC®- gecertificeerde kartonnen dozen

Naast folie en pallets worden er in ons magazijn ook heel wat dozen gebruikt voor het transport van onze goederen. In 2023 zijn we hiervoor gestart met de aankoop van FSC-gecertificeerde transportdozen. Het papier voor deze dozen is afkomstig van bomen die gekapt werden in gecontroleerde omstandigheden, met aandacht voor het ecosysteem en de werkomstandigheden van de arbeiders. In 2023 werd maar liefst 143.689,60 kg van ons transportkarton omgezet in karton van verantwoorde afkomst. Flamingo werd in 2023 zelf FSC-gecertificeerd en daar willen we in de toekomst duidelijk over communiceren en sterk op inzetten. Zo zullen we de FSC-certificatie weergeven met een FSC-logo op de transportdozen. Op die manier kunnen we onze klanten informeren en inspireren.



Standaard folie

2022

7.398kg

2023

9.627kg

Draadjesfolie

1.210kg

9.627kg

Reductie plastic

2.130kg

16.945kg

Reductie plastic
transportverpakking

25%

176%



Klimaatbescherming

Ecologische voetafdruk

In 2022 maakten we een eerste berekening van onze ecologische voetafdruk. Voor 2023 maakten we deze oefening opnieuw. Hiervoor hebben we het energieverbruik van ons hoofdkantoor in Geel en de uitstoot van ons wagenpark gemeten.

In 2022 was de uitstoot ongeveer 576 ton CO₂. Als gevolg van onze groei was dat in 2023 zo'n 601 ton CO₂. Als we dan kijken naar de verschillende factoren (aardgas, aangekochte elektriciteit, eigen elektriciteitsproductie, woon-werkverkeer en dienstverplaatsingen) zien we weinig verschil in de respectievelijke aandelen ten opzichte van het jaar 2022. Het grootste deel van onze CO₂-uitstoot komt uit de dienstverplaatsingen, net zoals in 2022. Toch zien we een lichte daling van gemiddeld 704 kg CO₂ per vertegenwoordiger op de baan. De reden voor onze vele dienstverplaatsingen is meegegroeid uit de historie van Flamingo. We bestaan namelijk al 51 jaar. Over de jaren heen hebben we met verschillende klanten een goede relatie opgebouwd. Die klanten zijn een persoonlijke aanpak gewoon en kiezen er meestal voor om een rechtstreekse bestelling te plaatsen bij een van onze vertegenwoordigers. Wanneer we nieuwe producten in ons gamma hebben, krijgen deze klanten dan ook graag een voorstelling van die nieuwigheden in hun eigen winkel of kantoor.

Deze manier van werken verander je niet van vandaag op morgen. Het is dan ook niet onze bedoeling om het roer ineens helemaal om te gooien. Toch zetten we ook veel in op onze webshop en digitale alternatieven om bestellingen te plaatsen. We willen onze vertegenwoordigers namelijk zo veel mogelijk ontzorgen en het onze klanten zo makkelijk mogelijk maken om te bestellen.

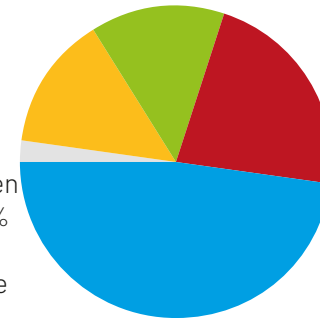
Deze digitalisering vertaalt zich in een lichte daling in de aanwezigheid van onze vertegenwoordigers op de baan en daarmee ook de verschuiving in bestelwijze. Zo werd 38% van de bestellingen in 2022 via een vertegenwoordiger geplaatst. In 2023 was dat 31%, terwijl het aandeel van de webshop steeg van 5% naar bijna 8%.

Natuurlijk willen we onze ecologische voetafdruk verkleinen. Daarom wordt er onder andere gewerkt aan de verdere elektrificatie van ons wagenpark. Van de 63 bedrijfswagens in 2023 reden er 15 collega's met een plug-in hybride wagen en 8 collega's volledig elektrisch. Dat komt neer op een CO₂-reductie van 31.126 kg of 8,33% in 2023.

Dat we veel sportieve collega's hebben, zien we aan het aantal fietsleasings. In 2022 liepen er 35 leasingcontracten. In 2023 waren dat er 42. Daarnaast werd er maar liefst 80.004 km bij elkaar gefietst door 51 medewerkers die in 2023 met de fiets naar het werk kwamen.

Flamingo

	2022	2023
Aantal bedrijfswagens	58	63
CO ₂ -uitstoot eigen wagenpark	360.807kg	373.501kg
CO ₂ -uitstoot minder door elektrisch rijden	22.883kg	31.126kg
CO ₂ -uitstoot reductie	6,34%	8,33%
Aantal fietsleasecontracten	35	42
Aantal km gefietst tijdens WW-verkeer	60.926	80.004



601 ton CO₂

- 45% - dienstverplaatsingen
- 23% - aardgas
- 12% - aangekochte elektriciteit
- 17% - WW-verk
- 3% - eigen elektriciteitsproductie



Energie- efficiënte nieuwbouw

Heylen Warehouses:
interview with Ralph Caspani
co-CEO of Heylen Warehouses

Hij vertelt meer over duurzaamheid bij Heylen Warehouses en ons nieuwe hoofdkantoor. Het nieuwe Flamingo-gebouw werd gerealiseerd door Heylen Warehouses en daarin was ook het duurzame aspect van belang. Het is een doelstelling en strategie die bij Heylen Warehouses breed ondersteund wordt en waarin iedereen in zijn rol een bijdrage kan leveren: bijvoorbeeld Heylen Energies voor de installatie van de zonnepanelen of Building Technologies voor alle bemetingen en property management.

“Bij Heylen Warehouses is de filosofie **‘functionele duurzaamheid’**. Dat betekent dat gebouwen zowel functioneel als uiterlijk aantrekkelijk moeten zijn, maar ook klaar moeten zijn voor de toekomst. **Het uitgangspunt is dat we de kwaliteit, functionaliteit en de flexibiliteit van het gebouw future proof kunnen maken.** Daarom keken we bij de bouw naar zowel de noden en wensen van Flamingo Pet Products, maar ook naar de eventuele toepassing van het gebouw in een second life.”

“We hebben er bijvoorbeeld voor gezorgd dat het gebouw zowel naar hoogte als gebruik flexibel is in de behoeftes van vandaag en die van de toekomst. In de vloeren van het magazijn hebben we al voorzieningen getroffen die het plaatsen van tussenvloeren of picking towers toestaan, mochten de manuele processen ooit vervangen worden door automatisering of robotisering. Zo is het gebouw daarop voorbereid. Daarnaast is er in het magazijn bij de plaatsing van de kolommen rekening gehouden met operaties voor smalle en brede gangen, en wordt die flexibiliteit bewaard.”

“Je wil uiteraard een gebouw maken dat zo lang mogelijk kan meegaan. We zijn dan ook langetermijninvesteerdere en dat is de eerste stap van een duurzaam gebouw.”

Ralph vertelt ons dat wanneer je functionele gebouwen maakt, ze ook energie-efficiënt moeten zijn. De energie die je niet verbruikt, hoef je niet op te wekken. “Voor logistieke gebouwen is verlichting één van de grootste energieverbruikers. Daarom hebben we het volledige gebouw uitgerust met ledverlichting die gestuurd wordt door sensoren. De sensoren van de buitenverlichting meten het lichtniveau buiten en zullen pas aangaan op het moment dat het te donker wordt. Binnen schakelen de lichten aan zodra er beweging is, zonder activiteit schakelt het licht uit.”

“Wat betreft verwarming moet je ervoor zorgen dat je gebouw luchtdicht en goed geïsoleerd is. Het gebruikte materiaal heeft een hoge isolatiewaarde en luchtdichtheid, waardoor je de warmte die je in het gebouw opwekt zo efficiënt mogelijk kunt inzetten en niet naar buiten laat ontsnappen. De opwekking voor de kantoren gebeurt in dit geval met energie-efficiënte warmtepompen. Voor de verluchting werd er een warmteterugwinningssysteem geïnstalleerd zodat er verse lucht wordt toegevoerd, maar tegelijk ook warmte wordt gerecupereerd om terug in het gebouw te gebruiken. De ventilatie in de kantoren is CO₂ gestuurd. Dat wil zeggen dat hoe meer mensen zich in een ruimte bevinden, hoe hoger de CO₂-waarde zal worden. Op dat moment zal de ventilatie ook verhoogd worden.”

“Daarnaast worden de temperaturen ook gemeten. In het magazijn gebeurt dit op drie verschillende niveaus. Warme lucht stijgt en bevindt zich dus onder het dak en niet waar de mensen aan het werk zijn. Het systeem blaast daarom de warmte met een soort van ventilatoren naar beneden wanneer de temperatuur bij de grond te laag wordt.”

De metingen van de prestaties en het verbruik van het gebouw worden allemaal verzameld op het Building Technologies-platform. Op basis van deze data kunnen de installaties slim worden aangestuurd over het hele gebouw.

Naast dit alles is er ook lekdetectie voor het waterverbruik. Er wordt zo'n **270.000 liter regenwater** opgevangen. Dat water wordt gebruikt om de toiletten door te spoelen en om overal in het gebouw waterpunten te voorzien om te poetsen of om de planten water te geven. In de zomer zal dat water ook gebruikt kunnen worden om de tuin te sproeien.

Op het water zit er ook een slimme bemetering. Al het water dat het gebouw binnenkomt, wordt gemeten. Als er een klein langdurig verbruik is kan dat wijzen op een lek. Als er geen regenwater meer beschikbaar is, wordt er automatisch overgeschakeld op stadswater. Het doel is om zo weinig mogelijk water van het net te gebruiken en dit altijd te monitoren.

En wat met de parking van het nieuwe gebouw?

“De parking is aangelegd met waterdoorlatende klinkers. Je bent namelijk verplicht zoveel mogelijk water op te vangen op eigen terrein”, zegt projectleider Sarah. “Rondom het gebouw, en dus ook onder de parking, zitten daarom infiltratiekratten, regenwaterputten en grachten.

>>>

We vangen ongeveer 99% van het water dat op ons terrein valt op.

Hierdoor hebben we slechts 1% overstort, langs de kant van de Geelseweg, om het water dat we zelf niet meer kunnen opvangen via de gracht naar de openbare infiltratiegrachten te sturen.”

Ook al is dit een logistiek gebouw, is een aangename aankleding toch gewenst voor onze werknemers. “Bij het kappen van de bomen voor de bouw van het nieuwe magazijn hebben we zoveel mogelijk bomen laten staan. De bomen die we niet konden laten staan, proberen we zoveel mogelijk terug te brengen om de biodiversiteit hier niet te ondermijnen.”

Voor het Flamingo-gebouw zal er een BREAAAM-certificaat worden aangevraagd. Wat is dat?

“BREAAAM staat voor Building Research Establishment's Environmental Assessment Method en is in de bouwsector een veelgebruikte certificeringsmethode. De internationaal erkende methode beoordeelt de duurzaamheid van gebouwen, certificeert deze en verbetert deze vervolgens. Het zorgt ervoor dat je die gebouwen op een objectieve manier kan vergelijken met elkaar.

De beoordeling stelt je in staat te verbeteren en de duurzaamheidsgraad van je gebouw nog te verhogen. Alle ingrediënten van het Flamingo-gebouw zijn criteria om BREAAAM-gecertificeerd te geraken. We gaan voor dit gebouw dus een 'BREAAAM-in-use' aanvragen, een jaar na oplevering wanneer het gebouw al in gebruik is. Met die resultaten kunnen we samen bekijken wat de verbetermogelijkheden zijn voor het gebouw.”

We vragen Ralph en Sarah of Heylen Warehouses actief wil inzetten op CO₂-reductie bij huurders.

“De productie van het gebouw brengt CO₂-emissies met zich mee, maar het gebruik ervan ook. Op dat gebruik hebben we geen rechtstreekse invloed. Dat kunnen we alleen op een indirecte manier doen door een efficiënt gebouw neer te zetten voor de gebruiker, maar ook door de data op het Building Technologies-systeem te monitoren. Die informatie kan de klant gebruiken om zijn CO₂ verbruik te verlagen.”

“Als partner is het belangrijkste initiatief dat wij kunnen nemen zonnepanelen plaatsen.”

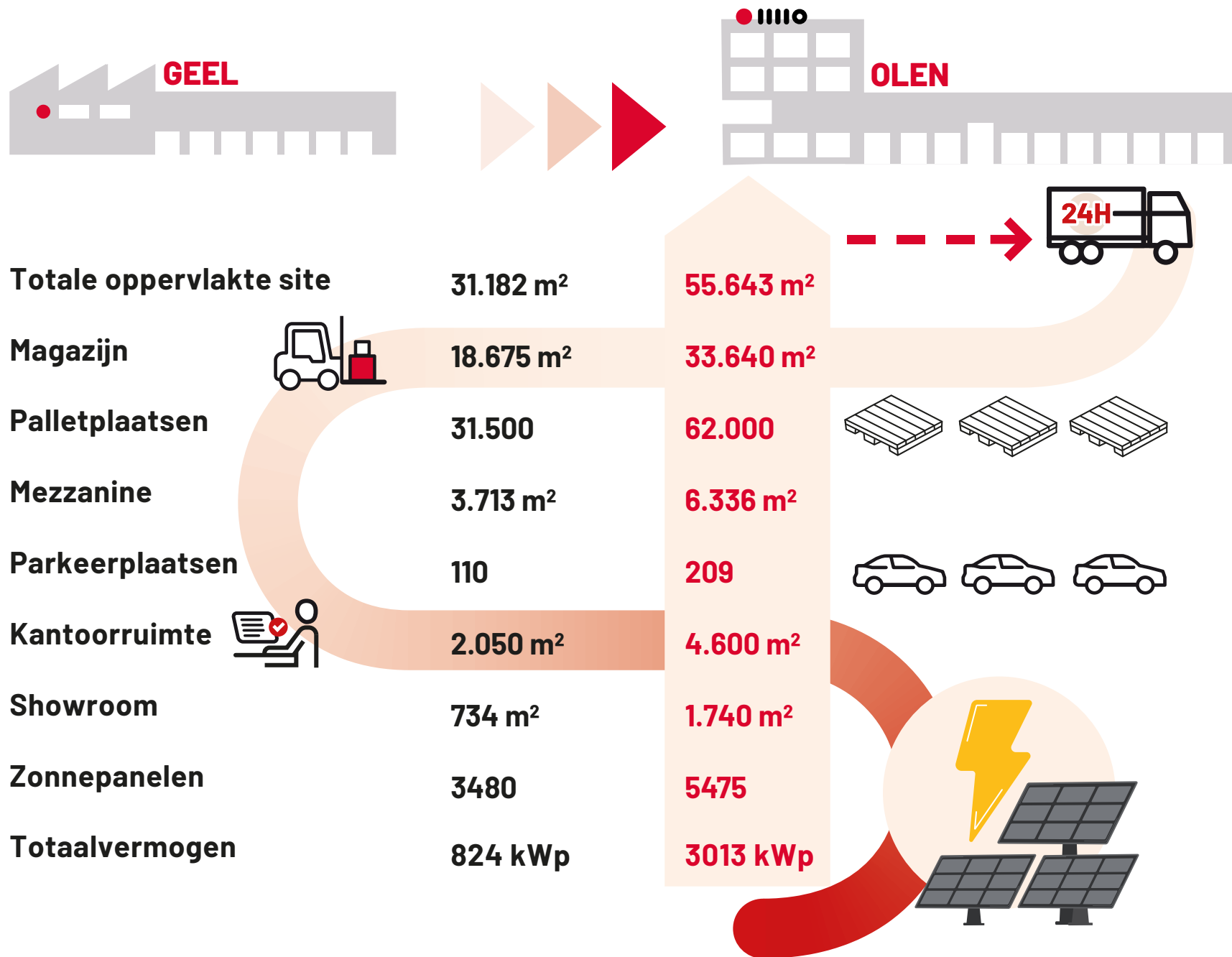
“We hebben **5475 panelen** op het dak geplaatst, goed voor samen zo'n **3013 kWp** aan groene stroom. Dat dekt het verbruik van meer dan **1100 huishoudens** voor een jaar.

Dat is meer dan voldoende voor het energieverbruik van Flamingo én ook nog eens om 65% van de opgewekte stroom te leveren aan de omgeving. We wekken dus meer groene energie op dan dat we zelf verbruiken en dat wil zeggen dat we geen CO₂ uitstoten, maar opnemen.”

Zelf heeft Flamingo veel inspanningen gedaan voor de laadinfrastructuur. Samen met MobilityPlus hebben we bijvoorbeeld **15 dubbele laadpalen** geïnstalleerd, goed voor 30 parkeerplaatsen. Doordat deze werken op zelf opgewekte energie, neemt de CO₂-uitstoot van ons woon-werkverkeer af.

Tijdens de bouw heeft Heylen Warehouses de voorzieningen getroffen, zodat de laadinfrastructuur nog kan worden uitgebreid met 19 extra dubbele laadpalen. Zo kunnen we bij Flamingo onze elektrische vloot zonder problemen laten groeien en kan het overschot aan energie ook verbruikt worden.

Voor de **elektrische fietsen** zijn er ook **18 dubbele laadpunten** voorzien. De fietsenstalling met laadinfrastructuur kan nog verdubbeld worden en de nodige voorzieningen zijn ook hier reeds getroffen.





Duurzame producten

Ook voor het Flamingo-productassortiment zetten we onze aanpak van 2022 verder. Wanneer we op zoek gaan naar nieuwe producten, kijken we naar de vraag van onze klanten, maar we willen onze klanten ook voor zijn en ze laten kennismaken met innovatieve producten uit alternatieve materialen en volgen we de trends van de markt. Op deze manier kunnen onze klanten ervaren dat die duurzamere producten niet minder kwaliteitsvol of per se duurder zijn dan de traditionele artikelen.

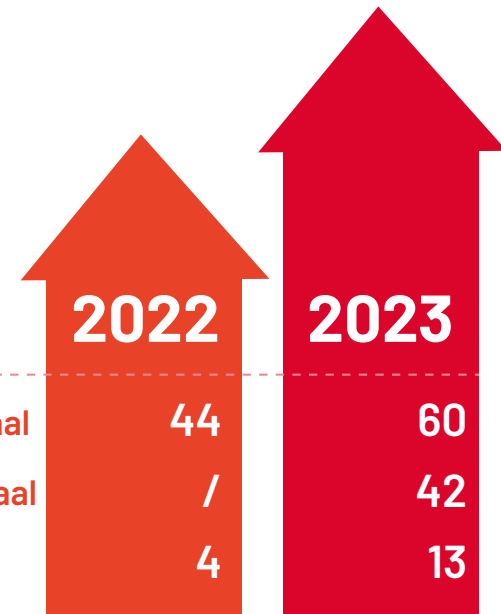
Assortiment Rubba-speelgoed

In 2023 lanceerden we zo ons 'Rubba-assortiment'. Dat zijn 19 rubberen kauwspeeltjes voor honden. De speeltjes zijn gemaakt van 100% natuurlijk rubber, dat afkomstig is van rubberbomen. Vanuit ecologisch standpunt is natuurlijk rubber daarom interessant, ook omdat er geen gebruik moet worden gemaakt van aardolie zoals voor de productie van synthetisch rubber.

Artikelen met >95% gerecycleerd materiaal

Artikelen met <95% gerecycleerd materiaal

100% thuiscomposteerbare artikelen



Notatie in PIM

Sinds 2023 noteren we het aandeel aan gerecycleerd materiaal dat gebruikt wordt in een product in ons Product Information Managementsysteem (PIM). Op die manier kunnen we de evolutie van de materialen in ons assortiment makkelijker opvolgen. We doen dit uiteraard ook voor producten die voorheen al in ons assortiment zaten, waardoor we al een eerste vergelijking kunnen maken tussen 2022 en 2023.



FSC

Als bedrijf kan je met duurzaamheidscertificaten ook een positieve impact creëren, zoals onder andere met FSC. Dat staat voor Forest Stewardship Council. Houten of papieren producten die het FSC-label dragen, garanderen een verantwoorde herkomst van het hout. Net als veilige en correcte werkomstandigheden in de bossen waar de bomen gekapt en terug aangeplant worden. FSC draagt deze principes hoog in het vaandel en voert daar dan ook strenge controles op uit bij alle partijen die FSC-gecertificeerde producten kopen en verkopen.

Omdat we bij Flamingo een 500-tal houten en papieren producten in het assortiment hebben, zien we met het FSC-label de opportuniteit om onze klanten een duurzaam alternatief aan te bieden in houten accessoires voor hun huisdieren.

In juni 2023 mochten we bij Flamingo Pet Products na een audit het FSC-certificaat ontvangen. Dat wil zeggen dat we vanaf nu van start kunnen gaan met de aankoop en verkoop van FSC-gecertificeerde producten. De eerste producten staan reeds klaar voor 2024. Deze kan je herkennen aan het FSC-label op de verpakking. Uiteraard zullen we er ook over communiceren op onze social media kanalen zodat iedereen op de hoogte is.



By buying our products
you help take care of
the world's forests

We are FSC® certified (FSC® C189583).





Samenwerking met Moderna Products

Een materiaal waarmee we een grote impact kunnen creëren, is gerecycleerde plastic. Daarom lanceerden we bij Flamingo ook producten die gemaakt zijn uit 98% gerecycleerd materiaal. Dat doen we samen met productiepartner Moderna Products, een familiebedrijf uit Izegem. Zij produceren producten van gerecycleerde plastic voor huisdieren, en zo ook voor Flamingo. Eind 2023 hadden we 40 artikelen van gerecycleerd materiaal van hen in ons assortiment.

In ons assortiment zit heel wat van Moderna, zoals eet- en drinkpotten, transportkooien, hondenmanden en ook katten- en knaagdier toiletten. Dat allemaal gemaakt in eigen land (België), wat hen ook nog eens een lokale handelaar maakt voor ons.

Moderna Products produceert zo'n 19 miljoen stuks per jaar op de productiesite in België alleen. Daarvoor verwerken ze ruim 5000 ton polypropyleen per jaar, waarvan 38% gerecycleerd materiaal.

Het bedrijf heeft vooral Europese leveranciers. De grondstoffen die ze gebruiken komen uit Antwerpen en Rotterdam, het recycleert ook uit België en zelfs de verpakking is lokaal. De twee leveranciers uit Azië waar Moderna mee samenwerkt, kennen ze al een zeer lange tijd. Dat maakt slechte werkomstandigheden in de supply chain heel onwaarschijnlijk.

Om de samenwerking met Moderna Products en het duurzaamheidsbeleid van het bedrijf in de kijker te zetten, stelden we Chantal Saelen, eigenaar en verantwoordelijke voor marketing & sales bij Moderna, enkele vragen.

De misvatting "kunststof en plastic is niet duurzaam" krijgen ze vaak te horen, maar daar is Chantal het niet mee eens. "We weten dat, als we het goed aanpakken, er geen duurzamer alternatief is dan kunststoffen. Maar je moet het wel op de juiste manier doen. Daarom zijn we aan procesinnovatie gaan doen en hebben we ons volledige productieproces geoptimaliseerd. De key factor is en blijft ook wel grondstof. Zo hebben we een 5-tal jaar geleden de transitie ingezet van virgin materiaal naar materiaal van gerecycleerde oorsprong.

Zo'n overgang gaat natuurlijk niet zonder slag of stoot.

"We zijn hierdoor al in het begin mee met die transitie, maar hier zijn ook wat valkuilen. Technisch gezien is het niet altijd evident om gerecycled materiaal te gebruiken ter vervanging van die virgin materialen. Ook de toevoer is niet altijd constant, waardoor we voor een buffer moeten zorgen zodat de voorraden altijd op punt blijven. Prijs is en blijft ook een discussie. We weten dat mensen duurzame(re) producten willen, maar er vaak niet meer voor willen betalen."

Toch wil Moderna Products deze hindernissen niet uit de weg gaan. De ambitie is dan ook om die 38% gebruikte gerecycleerde materialen te laten groeien tot 80%. "100% zou mooi zijn, maar is vandaag de dag niet realistisch", voegt Chantal nog toe.

Kan je ons een korte schets van het duurzaamheidsbeleid bij Moderna Products geven?

"We proberen steeds bij de eersten te zijn, we zijn geen volgers. We zijn volop bezig met de naderende wetgeving, maar duurzaamheid is meer dan ecologie alleen. Wij zetten ook stevig in op social governance en wat daarnaast de initiatieven zijn waarop we moeten inzetten om van Moderna een future proof bedrijf te maken. Dat heeft niet altijd een impact op korte termijn, maar vaker op middellange termijn. We zijn hier dan ook niet voor de quick wins, maar willen een stabiele partner zijn voor onze klanten, onze leveranciers en ons personeel. Dat is voor ons zeer belangrijk."

Wat is de Moderna "betterness" strategy?

"Elke beslissing die we nemen moet altijd beter zijn dan daarvoor op duurzaamheidsschaal", klinkt het bij Chantal. "We gaan nooit terug in de tijd omwille van bijvoorbeeld prijs of omdat het makkelijker was. De grote beslissingen die we nemen moeten en zullen altijd een positieve impact creëren."

Vanwaar de keuze om voor gerecycleerd materiaal te gaan voor producten?

Een langetermijndoelstelling! "We kijken op lange termijn en volgen op de voet wat de nieuwe technologieën zijn. We willen ook een stukje huiswerk doen in plaats van onze klanten, zodat we klaarstaan met een oplossing en de klant met zijn ding kan bezig zijn. Wij zijn de fabrikant, dus wij moeten ons werk goed doen. Gerecycleerd materiaal is deel van ons DNA geworden."

In het assortiment van Flamingo hebben we producten die bestaan uit 98% gerecycleerd materiaal, zoals onze transportmanden. Waaruit bestaat die overige 2% dan nog?

"Het gebruikte materiaal is 100% gerecycleerd, maar er zit nog 2% kleurstof in en die kleurstof kan nooit van gerecycleerde oorsprong zijn."

Het interview met Chantal sloten we af met haar mening rond biobased plastics.

"De technologie staat nog niet ver genoeg. Er is ook nog te weinig voorhanden, waardoor de prijs nog zeer hoog is. Daarnaast zijn er ook nog problemen qua recyclage. Of wanneer je een materiaal gebruikt van bijvoorbeeld bamboe en hars, dan krijg je die op het einde van de rit nooit meer uit elkaar. Het "milieuvriendelijke" gedeelte is soms dus nog ver zoek, hoewel het zo wel gemarket wordt. Onze producten daarentegen zijn monomaterialen en dus makkelijk te recyclen."





Veilige en aangename werkomgeving

In 2023 groeide het aantal werknemers bij Flamingo van 176 naar 205 en we blijven nog steeds groeien. Als je zo snel groeit, komen daar natuurlijk uitdagingen bij kijken. Uiteraard blijven we continu streven naar een aangename werkomgeving waar iedereen zich welkom voelt. We willen het gevoel van een familiebedrijf en de persoonlijke aanpak die daarbij hoort niet verliezen. Daar speelt ons hr-team een belangrijke rol in. Initiatieven op de werkvloer worden telkens in samenspraak met het management genomen en zorgen ervoor dat het dagelijkse werk vlotjes verloopt.

Dat Flamingo een aangename plek is om te werken, zien we aan de gemiddelde anciënniteit van onze werknemers. Die ligt op maar liefst 9 jaar en een vierde van ons personeel werkt zelfs al langer dan 10 jaar voor het bedrijf.

Integratie nieuwe werknemers

Om voor nieuwe werknemers de drempel te verlagen, zijn we in 2022 gestart met een onboardingtraject. Hiermee krijgen de nieuwe collega's in hun eerste twee weken op kantoor een kennismaking met de verschillende afdelingen in het bedrijf. Zo weten ze snel bij wie ze met welke vragen terecht kunnen. Daarnaast krijgen ze ook een 'Flamingo Buddy' toegewezen. Dat is een 'peter' of 'meter' die hen wegwijs maakt op de werkvloer, maar hen ook de praktische zaken uitlegt en klaar staat voor een babbeltje tijdens de pauzes, zodat ze die de eerste dagen zeker niet alleen moeten doorbrengen.

Nieuwe werknemers volgen we dus kort op de voet. Zo doet onze hr-afdeling minstens drie welzijns gesprekken in het eerste werkjaar. Er wordt dan gekeken naar hoe de nieuwe collega zich voelt binnen ons bedrijf en zijn of haar team en wat hij of zij nog nodig heeft om zich op zijn plaats te voelen. Onze hr-collega's gebruiken die gesprekken tegelijk als input voor toekomstige 'feel good initiatieven', opleidingen en verbeteringen van het onboardingtraject zelf.



Flamingo personeel	2022	2023
Totaal aantal	176	205
Percentage vrouwen	57%	57%
Percentage ≥ 50 jaar	22%	25%
Gemiddelde anciënniteit	8 jaar	9 jaar

Betrokkenheid en feel good-beleid

Om de betrokkenheid van en met de werknemers te vergroten, lanceerden we eind 2023 ons eigen intranet. Hier worden onze medewerkers vanaf nu up-to-date gehouden door ons marketing- en hr-team over het reilen en zeilen bij Flamingo. Al het bedrijfsnieuws, formeel en informeel, wordt gedeeld via dit platform. Denk hierbij bijvoorbeeld aan belangrijke wijzigingen in de organisatie, nuttige en informatieve documenten of een geboorte-aankondiging van onze collega's. Ook wordt er tweewekelijks een leuke poll georganiseerd waardoor we onze Flamingo-collega's een beetje beter leren kennen. Vandaag bestaat het intranet in het Nederlands en het Engels. In 2024 willen we nog extra talen toevoegen, zodat ook onze buitenlandse collega's niets ontgaat. Op dat intranet kunnen de werknemers ook de feel good kalender vinden. Die bevat grote en kleine initiatieven die de werksfeer en collegialiteit bevorderen. Zo weten onze medewerkers snel wanneer de volgende foodtruck langskomt, het weer tijd wordt om de verkleedkostuums boven te halen of het jaarlijks personeelsfeest plaatsvindt.

In 2023 hebben we ook FlaminGO! goed gelanceerd.

Niet alleen door een enthousiaste groep fietsende en lopende Flamingo's op de sportapplicatie Strava, maar ook met een stevige beklimming van de Mont Ventoux in juni. Die sportieve ervaring smaakte alvast naar meer, want in 2024 staat een wandel- en fietstrip aan de Champagnestreek op het programma. Het klassement in Strava delen we ook op het intranet, zodat iedereen de straffe prestaties van de collega's kan volgen.

Diversiteit en inclusie

Bij Flamingo staan onze vacatures open voor iedereen. We merken dat een divers personeelsbestand voor een boeiende en stimulerende werkomgeving zorgt. Zo zitten we steeds aan een ratio van ongeveer 50% mannen en 50% vrouwen, ook in ons magazijn. Ook proberen we een goede balans te creëren tussen collega's van alle leeftijden. In 2023 waren er bijvoorbeeld 12 collega's 50 jaar of ouder.

Ook voor mensen met een beperking zetten we de trend verder. In 2022 werkten we al samen met werkplekarchitect Synkroon. Via Synkroon kunnen we werk bieden aan mensen met een grotere afstand tot de arbeidsmarkt. In 2023 zijn we dan ook een samenwerking gestart met Kaliber, een maatwerkbedrijf uit Herentals. Elke twee weken komen er drie 'Kalibers', samen met een begeleider, bij Flamingo producten herverwerken. Deze mensen hebben het bijzondere talent zich enorm te kunnen focussen bij repetitief werk. Daarom worden ze ingezet om bijvoorbeeld grote hoeveelheden ballen op te blazen, producten te sorteren of verkeerde barcodes op verpakkingen te overstickeren. In 2023 kregen we, net als in 2022, het referentiebewijs 'Inclusieve Onderneming' voor onze inspanningen.



Veilige werkomgeving

Een veilige werkomgeving is voor Flamingo enorm belangrijk. Onze preventie-adviseur gebruikt daarom de SARIER-methode om de risico's op de werkvloer in kaart te brengen. SARIER staat voor Systematische Analytische Risico-Inventarisatie-Evaluatie en -Registratie. Op basis van risicoanalyses worden er dus actieplannen opgesteld op korte en lange termijn. De lijst met risico's worden vervolgens aangepakt in volgorde van urgentie. Omdat we in oktober 2023 verhuisden naar een nieuw distributiecentrum, heeft hij heel wat werk voor de boeg. Want een nieuw magazijn betekent namelijk een nieuwe manier van werken die op zijn beurt nieuwe risico's met zich meebrengt.

Eind 2023 telde ons EHBO-team 14 leden en het interventieteam 6. Deze collega's volgen geregeld de nodige opleidingen om de eerste zorgen toe te dienen en ons personeel in geval van brand bij te staan. Doordat de verhuizing naar het nieuwe gebouw enorm veel voorbereiding vergde, hebben we in 2023 beslist om niet te sleutelen aan de procedures voor ons EHBO- en interventieteam. Wanneer de nieuwe locatie goed en wel in gebruik is genomen, gaan we hier verder aan werken. We willen namelijk onze procedures versterken om de zelfstandigheid van onze nijverheidshelpers te verhogen en nog meer te communiceren naar al onze medewerkers, zodat zij ook goed weten wat te doen in geval van nood.



Veilige producten voor huisdieren en hun baasje

Flamingo mag dan in de eerste plaats wel verdeler zijn van huisdierproducten, maar dat wil niet zeggen dat we enkel producten aankopen en verkopen als het een leuk Flamingo-jasje heeft. We hebben een rol als merkeigenaar en die nemen we serieus. Ons Purchasing team selecteert wereldwijd de meest kwaliteitsvolle producten. Die kwaliteit en veiligheid van producten tonen we aan de hand van officiële markeringen, testrapporten en certificaten.

Deze garanties worden stuk voor stuk gecontroleerd op echtheid door de keurmerken en documenten zelf nog na te kijken. Op die manier kunnen wij kwaliteit en veiligheid garanderen. We focussen ons hier op de productcategorieën met de grootste veiligheidsrisico's, waaronder speelgoed en elektrische producten.

Veilig speelgoed

Bij Flamingo gaan we verder in het testen van ons honden- en kattenspeelgoed dan wat wettelijk verplicht is volgens de Europese richtlijn voor kinderspeelgoed.

Wanneer je een Flamingo-speeltje ziet met een CE-markering op de verpakking, kun je ervan uitgaan dat het speeltje even veilig is voor katten of honden als voor kinderen. Het is dan ook steeds onze ambitie om 100% van ons speelgoed, wat heel erg lijkt op kinderspeelgoed, aan die veiligheidstesten te onderwerpen. Wanneer we een artikel niet kunnen testen volgens die Europese richtlijnen, zullen we evalueren of het artikel in ons assortiment blijft of niet.

Veilige elektronica

Voor onze elektrische en elektronische producten verwachten we van onze leveranciers dat de producten in overeenstemming zijn met de Europese richtlijnen die de veiligheid van het product garanderen. Ook dit wordt aangetoond aan de hand van een CE-markering op het product en de verpakking. Om 100% zeker te zijn dat die CE-markering gerechtvaardigd is, vragen we steeds de rapporten en certificaten van deze testen op bij onze leverancier en kijken we die zorgvuldig na. We willen namelijk geen producten in ons assortiment die de werking van andere elektronica kunnen belemmeren, kortsluiting kunnen veroorzaken of zware metalen bevatten.

Eind 2023 telde ons assortiment 89 elektronische producten, die allemaal door ons werden nagekeken en goedgekeurd. Op 31 december waren er nog 5 in behandeling. Dit komt overeen met 276 geaccepteerde testrapporten en certificaten, waarvan 127 in 2023 alleen. Dat zijn enkel de documenten die we accepteerden. We keken er effectief een hoop meer na, die we om verschillende redenen niet konden accepteren.



Flamingo katten- en hondenspeelgoed

	12/22	12/23
Totaal aantal	1547	1773
Getest en gekeurd	971	1610
Testen in aanvraag (incl. nieuwigheden)	179	250

Flamingo EEA

	2022	2023
Total aantal	57	89
Getest en gekeurd	40	84
Totaal geaccepteerde rapporten & certificaten	149	127



REACH

Een ander belangrijk element is de REACH-richtlijn. Dat is een Europese richtlijn die gaat over chemische stoffen. Dankzij deze richtlijn weten we hoe gevaarlijk bepaalde stoffen zijn voor mens, dier en het milieu. We willen dan ook graag de garantie van onze leveranciers dat hun producten zonder toxische stoffen worden geproduceerd. Vandaag verklaren al onze leveranciers in orde te zijn met de eisen van de REACH-richtlijnen.

Productetikettering

Wat al eens over het hoofd wordt gezien wanneer het gaat over veiligheid, is de informatie op en in de verpakking van het product. Die is minstens net zo belangrijk als de testen en keuringen. Veiligheid hangt namelijk nauw samen met het correcte gebruik van een product. Onze verpakkingsafdeling houdt daarom constant de vinger aan de poot en informeert zich over alles wat productinformatie aangaat, zoals Europese richtlijnen, normen of nationale initiatieven. We proberen ervoor te zorgen dat onze verpakkingen steeds up-to-date worden gehouden met de meest recente waarschuwingen, instructies en andere verplichte productinformatie, zodat onze klanten op hun 2 oren kunnen slapen.

Kwaliteitscontrole

Een laatste stap die we doorvoeren, is de controle van de goederen die toekomen in ons magazijn. Alle nieuwe producten worden nagekeken, gewogen en opgemeten. Die gegevens worden dan ingegeven in ons Product Information Managementsysteem. Producten die afwijkingen vertonen of niet voldoen aan de verwachte kwaliteit, gaan niet door voor verkoop. Hiervoor zoeken we dan samen met de leverancier een oplossing.

Productadvies van experts

Voor een gelukkig beestje is het ook noodzakelijk dat de baasjes de juiste producten kiezen. Zo hebben we in samenwerking met onze experts dit ook uitgelicht in de video's en blogs die we samen hebben gemaakt.

Dierenarts Valérie geeft je bijvoorbeeld in de video's mee hoe je het juiste speelgoed kiest voor je puppy of kitten en het belang van fysieke en mentale stimulatie bij jonge dieren. Je kiest namelijk voor je kleine vriend beter voor kleiner en zachter speelgoed.

Maar ook tips voor het kiezen van de juiste eet- en drinkpotjes, of het gebruik en de plaatsing van de kattenbak voor je kitten. Bij al deze tips sluiten de producten van Flamingo perfect aan. We hebben een uitgebreid assortiment speelgoed voor puppy's, geschikte speeltjes voor kittens, eet- en drinkkommen met antislip en kattenbakken met verlaagde instap. En dat zijn nog maar enkele voorbeelden!

In de blogs, in samenwerking met Smiling Dogs, geven we vaak gezondheidsadvies over honden, maar daar horen ook producten bij. Denk maar aan kauwspeeltjes voor een pup of hond die vaak bijt in je meubels, interactief speelgoed om verveling tegen te gaan of het juiste harnas voor een vlotte wandeling. We koppelen de adviezen van experts steeds aan een product van Flamingo om de boodschappen extra kracht bij te zetten.



Orthopedicki kuglasti

Orthopedicki kuglasti

Memori i memori ortopedi

Memori i memori ortopedi



Duurzame samenwerkingen

Samenwerking met dierenarts en hondengedragcoach

In 2023 zijn we een samenwerking aangegaan met enkele experts in huisdierenzorg: dierenarts Valérie Vermeulen en Patricia Ceuppens, gediplomeerd opvoedings- en gedragcoach voor honden bij Smiling Dogs. Samen met hen hebben we een reeks content gemaakt rond verschillende thema's, zoals puppy's en kittens, om te delen met onze klanten en consumenten.



Door het overaanbod aan content rond deze thema's voelden we de nood om kwalitatieve, correcte en onderbouwde content door experts te delen op onze website en social media. We hebben een ruim aanbod producten voor huisdieren en willen onze expertise rond het gebruik en de bijdrage aan een gelukkig leven van de dieren graag delen.

Zo hebben we in samenwerking met dierenarts Vermeulen een campagne opgezet rond puppy's en kittens. Deze bestaat uit twee video's waarin Valérie uitleg en tips geeft over het aanschaffen van een nieuwe puppy of kitten: waar je allemaal rekening mee moet houden, wanneer ze naar de dierenarts moeten en meer. Van deze video's hebben we afgeleiden gemaakt in de vorm van social media posts, stories, blogs, nieuwsbrieven, advertenties, enzovoort. Dierenarts Vermeulen heeft, om de campagne nog wat extra kracht bij te zetten, ook een lezing gegeven over het thema.

Met Patricia van Smiling Dogs hebben we een hele reeks blogs uitgewerkt, waarvoor zij ons marketingteam voorzien heeft van tips en tricks. Deze zijn dan omgezet in blogs over verschillende topics zoals thuiswerken met huisdieren, verlatingsangst, socialisatie van je huisdier, een nieuw huisdier introduceren, verveling bij je viervoeter en meer. Steeds gekoppeld aan één of meerdere producten van Flamingo. Deze blogs werden ook steeds in de kijker gezet in de nieuwsbrieven naar klanten, leveranciers en consumenten, maar ook op social media.



BEPEFA

Flamingo is lid van BEPEFA, een nationale belangenvereniging voor Belgische petfood producten, zo ook snacks. Voor ons assortiment snacks vinden we het belangrijk om goed op de hoogte te blijven van de globale, Europese en nationale initiatieven hierrond. Dankzij BEPEFA verkrijgen we die informatie uit de eerste hand.

Als lid van BEPEFA onderteken je een Code of Conduct. Een van de belangrijkste principes is dat iedereen handelt en communiceert zonder de reputatie van de sector in gevaar te brengen. Dat betekent ook dat alle leden hun concullega's dienen te respecteren en zich niet negatief mogen uitdrukken over een collega voor eigen gewin. Op deze manier kunnen ze een competitief en gelijk speelveld blijven garanderen.

Dit stuk dragen we niet alleen. Onze collega Philippe Descheemaeker, Head of Purchasing, Packaging & Master Data, neemt actief deel aan de vergaderingen, workshops en evenementen die worden georganiseerd door BEPEFA. Zo nam hij in november 2023 deel aan een workshop rond voedsaam en duurzaam huisdierenvoer, georganiseerd in het labo van SGS Antwerpen. We vinden het belangrijk om bij te leren over deze topics, voornamelijk voor onze snacks omdat we zo kunnen bijsturen in hoe we bijvoorbeeld duurzaam kunnen verpakken zonder in te boeten op de houdbaarheidsperiode.

Pet Sustainability Coalition

De Pet Sustainability Coalition (PSC) is de enige internationale duurzaamheidsorganisatie die specifiek duurzaamheidsthema's in de pet sector behandelt. Bij Flamingo konden we dan ook niet anders dan lid worden. PSC gebruikt de internationale duurzaamheidsdoelstelling van de Verenigde Naties (namelijk de SDG's) als leidraad voor bedrijven op hun weg naar duurzame ontwikkeling. Ze voorzien ook specialisten in verschillende duurzaamheidsthema's. Zo hebben we, naast de tweemaandelijks meetings met de Europese PSC-leden, in 2023 ook veel one-on-one's gehad met een PSC-specialist in duurzaamheidsrapportering. Samen hebben we een uitgebreide evaluatie gedaan van onze vorige editie om onze aanpak en communicatie voor dit rapport te verbeteren.



Het aantal Europese leden van PSC groeit steeds en daarom werd er beslist om voor 2024 iemand onder de arm te nemen gebaseerd in Europa. Die persoon zal zich onder meer specifiek kunnen toeleggen op de wetgevende en andere duurzaamheidsinitiatieven die de Europese markt beroeren. Dat zijn goede vooruitzichten voor de Europese tak van PSC!





**FLAMINGO**
Pet-Products

FLAMINGO
Pet-Products



amfori

Verder zijn we ook lid van amfori, een organisatie die gelooft dat eerlijke handel de sleutel is tot sociale, ecologische en economische voordelen voor iedereen in de productketen. Door het grote ledenaantal heeft amfori een enorme impact op de wereldwijde business-voering. Met meer dan 2400 leden vertegenwoordigen ze tal van sectoren en hebben ze impact op het werkgebeuren van honderdduizenden arbeiders. De organisatie heeft een gevarieerd team van experts klaarstaan, die continu op de hoogte blijven van de wetgeving en nauw in contact staan met beleidsmakers en belanghebbenden. Op die manier geven ze hun leden een stem om ervoor te zorgen dat er rekening wordt gehouden met hun meningen in de besluitvorming.

Als organisatie reikt amfori vooral de handvaten aan om milieugerelateerde en sociale problemen in de productketens in kaart te brengen. Die kennis vergemakkelijkt de discussie tussen de ketenpartners en kan duurzame langetermijnrelaties tot stand brengen.

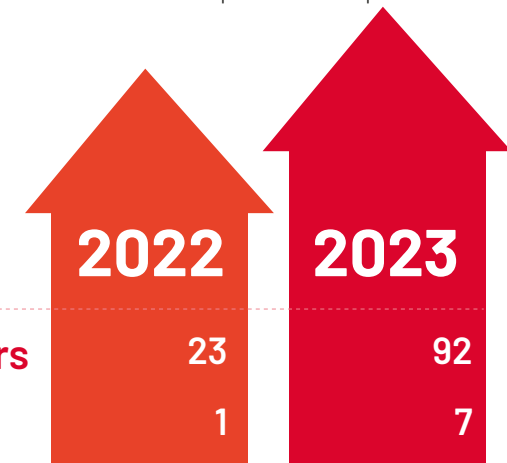
Het 'Business Social Compliance Initiative' is één van amfori's parapleedjjes. Het voorziet namelijk een Code of Conduct of gedragscode, die op het niveau van productie goede levens- en arbeidsomstandigheden garandeert. Denk maar aan een goede verloning, geen kinderarbeid, geen genderdiscriminatie of voldoende rust voor arbeiders.

Bij Flamingo vinden we die Code of Conduct erg interessant en willen we deze in de toekomst graag als inspiratie gebruiken voor onze eigen Code of Conduct, waarmee we aan onze handelspartners kunnen communiceren wat een duurzame business-relatie voor ons betekent. Maar waarin we ook willen vragen om enkele basisgaranties rond de productieomstandigheden, zodat we weten dat we samenwerken met partners die duurzaam ondernemen even waardevol vinden als wij. Een aantal van onze leveranciers werd eind 2023 al geauditteerd volgens de amfori BSCI CoC. Een aantal anderen koos voor SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit), dat gelijkwaardige principes hanteert aan die van amfori's BSCI. Wat natuurlijk voor ons ook interessant is om inspiratie uit te putten!



Member of amfori, the leading global business association for open and sustainable trade.
For more information visit www.amfori.org

amfori BSCI-geauditteerde leveranciers
SMETA-geauditteerde leveranciers





Voka Charter Duurzaam ondernemen

In 2023 namen we met Flamingo voor het eerst deel aan het Voka Charter Duurzaam Ondernemen. Dit deden we met een duidelijk actieplan, met minstens 10 acties, waardoor we prioriteiten konden stellen en zeer gericht te werk konden gaan op enkele duurzaamheidsthema's waar we bij Flamingo impact mee kunnen creëren. Wij kozen ervoor om met ons plan te focussen op 14 acties. Gaandeweg konden we zo onze interne pijnpunten blootleggen, zagen we wat we moeten verbeteren en konden we onze processen voor de toekomst optimaliseren. Met onze deelname aan dit charter dragen we opnieuw duidelijk bij aan de internationale duurzaamheidsdoelstellingen (SDG's). Onze deelname was niet zonder succes, want we hebben reeds de eindevaluatie achter de rug en behaalden zo het charter voor 2023!



N°	Actie	Doelstelling	SDG
1	Materialiteitsanalyse d.m.v. stakeholderbevraging	Verantwoordelijke en transparante organisatie - opmaak duurzaamheidsbeleid	12
2	KPI's & gegevensverzameling in lijn met de GRI-standaarden		16
3	Duurzaamheidsrapport opmaken i.f.v. de 7 materiële topics		13
4	Elektrificatie wagenpark inclusief laadinfrastructuur	Klimaatbeleid	3
5	Omschakeling naar FSC-gecertificeerde verpakking		12
6	Tertiaire verpakking: omzetting standaard paletfolie naar draadjesfolie		15
7	Omschakeling naar FSC-gecertificeerde papieren en houten producten in assortiment		8
8	Alle speelgoed en elektronica getest volgens CE-richtlijnen	Productieve tewerkstelling en betrokkenheid	16
9	Implementatie intranet voor een grotere betrokkenheid		7
10	Nieuw onboardingtraject inclusief welzijnsgesprekken & buddysysteem		9
11	Implementatie feel good-beleid o.a. Let's go FlaminGo!	Duurzame bedrijfs- en IT infrastructuur	7
12	Nieuwbouw met aandacht voor duurzaamheid		9
13	PIM: uniforme data-uitwisseling met GS1		
14	Nieuwe webshop met verhoogde gebruiksvriendelijkheid		

Huisdierproducten slim verpakt met

64%

minder plastic alval

FLAMINGO PET PRODUCTS

Da's goede zaken doen!

19
KE





Economische groei

Bij Flamingo omarmen we digitalisering en innovatie omdat deze bijdragen aan onze economische groei. Onze focus op deze aspecten is niet alleen een strategie voor efficiëntie, maar ook een manier om aan te sluiten bij de behoeften van moderne consumenten. Dit stelt ons in staat om een duurzame groei te realiseren en onze positie in de sector te versterken. Net zoals vorige jaren hebben we hiervoor in 2023 ook heel wat initiatieven voor ondernomen en verbeteringen op vlak van digitalisatie doorgevoerd.



Web shop

In 2023 zijn er heel wat verbeteringen en updates aan de website en webshop doorgevoerd ter verhoging van de gebruiksvriendelijkheid en meer. Zo zijn bijvoorbeeld de laadtijden van de winkelmandjes vijf keer sneller door de optimalisaties. Klanten kunnen nu ook afbeeldingen, video's en informatieve documenten van producten downloaden. Daarnaast kunnen ze hun facturen raadplegen en downloaden in hun webshopaccount.

Voor onze vertalingen hebben we een koppeling gemaakt met een vertaaltool. Hierdoor worden de vertalingen van webpagina's automatisch ingeladen op de juiste plaats op de pagina en besparen we gemiddeld zo'n 6 uur per blogartikel.

De klantenfiche werd geautomatiseerd. Hiermee kan een potentiële klant het formulier invullen, worden er achterliggend enkele checks uitgevoerd en wanneer deze allemaal correct zijn, wordt de klant automatisch aangemaakt in ons ERP-systeem. Zo is het niet meer nodig om alle gegevens handmatig over te typen.

Tegenover 2022 zijn we van 825 naar 995 webshopklanten gegaan. Dit cijfer blijft elke maand ook groeien, doordat de webshop meer en meer gepromoot wordt door onze vertegenwoordigers. Het totaal aantal webshopbestellingen konden we in 2023 afronden op 8.202. Zo'n 1.800 meer dan in 2022. Wat het percentage van de webshopomzet op 8% brengt van de totale omzet.

Met ruim 18.500 websitebezoekers tonen we aan dat onze digitale aanwezigheid sterk is. Dit hebben we nog eens extra kracht bijgezet door samen te werken met influencers op social media. Deze campagnes leverden een extra bereik van 169.557 mensen op. Wat op zijn beurt weer heeft gezorgd voor een stijgend aantal volgers op onze social media kanalen.

Die verbeteringen aan onze webshop werden bekroond met een prijs voor de beste B2B Webshop van België! De "Awards by Jury" belonen webshops die actief zijn in specifieke marktsegmenten zoals B2B, export en marketplaces. Deze worden beoordeeld door een jury aan de hand van het ingestuurde dossier. Na een nominatie in de top 3, mochten we bij Flamingo **de hoofdprijs voor beste B2B webshop in de wacht slepen.**



In 2024 zetten we in op nog meer optimalisaties van de webshop. Met een grote upgrade verbeteren we de zoekfunctie en snelheid van de site. Dankzij het opschonen van de data kunnen we deze makkelijker beheren en integreren in een "marketing automation system". Hiermee kunnen we de e-mailmarketing automatiseren en personaliseren. Ook gaan we de mogelijkheid bekijken om de koppeling met onze vertaaltool uit te breiden naar ons PIM-systeem en eventuele andere kanalen. Hierdoor worden alle PIM- en website-vertalingen gecentraliseerd binnen één vertaalgeheugen en systeem, wat zorgt voor een tijds- en kostenbesparing en consistentie in onze vertalingen. De vertalingen komen automatisch op de juiste plaats in PIM. Dat betekent dat we vertalingen niet meer manueel moeten aanvullen als we een nieuwe taal of nieuwe waarde in PIM toevoegen, bijvoorbeeld.

Verder is het ook de bedoeling om de teksten van onze verpakkingen toe te voegen aan onze PIM, waardoor die ook vertaald kunnen worden via onze vertaaltool. Ook dat zorgt nog eens voor een extra tijdsbesparing, vooral omdat we onze verpakkingsteksten in 16 talen aanbieden.



Duurzaamheid & innovatie in ons nieuwe magazijn

In oktober 2023 hebben we ons nieuwe magazijn aan het HQ in Olen in gebruik genomen. Een ruimer, moderner magazijn dan voorheen, met maar liefst 62.000 palletplaatsen op 6 niveaus over 42 gangen in het hele magazijn. Voor ons nieuwe magazijn gingen we op zoek naar een systeem dat de efficiëntie van het picken van de producten zou kunnen verhogen. We vonden dat in een nieuwe innovatieve kar met een pick-to-light systeem.

Pick-to-light

Op de pick-to-light kar staan 6 of 12 dozen. De computer van de kar geeft telkens de volgende pick-locatie aan met het aantal te picken stuks en toont de picker in welke doos de artikelen horen door middel van een lampje (= pick-to-light).

Dankzij dit systeem zien we een sterke stijging in de efficiëntie en snelheid van het picken. Voor onze pickers is dit systeem ook veel makkelijker en worden er zo goed als geen fouten gemaakt. Er kunnen zo'n 150 lijnen per uur worden afgewerkt, tegenover 50 lijnen in het traditionele systeem. Dat is dus drie keer beter!

Ook met de ergonomie werd er rekening gehouden. Wanneer de pickers de kar vastnemen, verplaatst deze zich bijna vanzelf. De kar is namelijk elektrisch aangedreven.



Stockage zware producten

Bij de indeling van het nieuwe magazijn hebben we in functie van ergonomie, veiligheid, netheid en hygiëne rekening gehouden met de stockage van zware producten. Zo lossen, stockeren en picken we die producten allemaal in dezelfde hal zodat de loopafstanden beperkt blijven. Hier zijn de leggers bijvoorbeeld ook anders, om die zware producten te kunnen dragen. Onze kattenbakvulling is hiervan een goed voorbeeld. Het stof dat zo'n product tijdens de verwerking met zich meebrengt, wordt op deze manier niet door het hele magazijn verspreid, maar beperkt zich tot een hal.

Afvalvermindering

Op de mezzanine, een extra verdieping in ons magazijn, gebeurt de stuk-picking. Hier liggen 4000 artikelen. Alle losse, overblijvende artikelen gaan in ons nieuwe magazijn naar de mezzanine.

Voor de verzameling en stockage van deze stuks wordt er gebruikgemaakt van afgedankte kattenbakken. Waar de artikelen voorheen zouden blijven liggen op de palletten, met een minieme kans dat ze gepickt worden en dus met andere woorden afval zouden zijn, worden ze nu gebruikt voor de stuk-picking.

Werkgroep AI

Om alle medewerkers op de hoogte te houden van de digitale veranderingen, zoals bijvoorbeeld AI, hebben we hierrond een werkgroep opgericht. In 2023 vonden er al drie sessies van deze werkgroep rond AI en ChatGPT plaats om informatie, updates en ervaringen uit te wisselen. Heel wat collega's gingen dadelijk aan de slag met deze tool. Zo hebben we al een eerste case kunnen uitwerken met toch wel opmerkelijke resultaten.

Heel wat producten hadden bijvoorbeeld nog geen consumentgerichte omschrijving op onze website. Met behulp van ChatGPT hebben we deze omschrijvingen gegenereerd, wat ons flink wat tijd en een grote kost heeft bespaard. Al deze omschrijvingen werden natuurlijk nog nagekeken op eventuele fouten en daarna ingelezen in ons Product Information Managementsysteem.

Ook in 2024 zullen de collega's in de werkgroep elk kwartaal samenzitten om informatie en ervaringen uit te wisselen. We blijven de collega's van verschillende afdelingen aansporen om gebruik te maken van de tool om het werk van bijvoorbeeld repetitieve taken te verlichten of om hen een handje te helpen in het digitaliseren van verschillende zaken.

PIM en GS1

Een aantal jaar geleden was er een opvallende nood aan kwalitatieve productinformatie bij Flamingo. De huidige productdata die we ter beschikking hadden, kwam uit ons ERP-systeem. Een softwarepakket dat zich vooral richt op logistieke data, wat de data heel statisch maakt en zich dus moeilijk leent tot het verzamelen van gedetailleerde productinformatie.

Daarom hebben we in 2019 een Product Information Managementsysteem, of PIM-systeem, geïmplementeerd. Dat PIM-systeem wordt dagelijks aangevuld en up-to-date gehouden door onze collega's van onze "Master Data"-afdeling. In PIM kan je naast de informatie over het product ook foto's, handleidingen of certificaten terugvinden. Het PIM-systeem vormt de basis voor onze webshop. Net zoals in 2022, hadden we eind 2023 '100% completeness' op onze artikelen in PIM. Dat betekent dat alle productinformatie volledig en up-to-date is.

Deze productdata wordt uitgewisseld met het data-platform GS1 GDSN. Dit platform laat toe om makkelijk productinformatie uit te wisselen op een uniforme manier met verschillende partners zoals leveranciers en klanten. Op deze manier moeten we geen honderden verschillende lijsten met productdata manueel verwerken of invullen. Alle leveranciers leveren de data aan in hetzelfde format in het systeem.

In 2023 gaf onze Masterdata-coördinator een presentatie bij GDSN NL om onze concullega's het belang van uniforme datakwaliteit te tonen. Het gevolg was dat er zich eind december 159 extra gebruikers aansloten bij het platform. Dat maakt de data-uitwisseling veel efficiënter en bespaart veel tijd bij alle partijen.



GRI content index

Statement of use	Flamingo Pet Products nv. has reported the information cited in this GRI content index for the period 1 January 2023 - 31 December 2023 with reference to the GRI Standards.
GRI 1 used	GRI 1: Foundation 2021

GRI Standard	Disclosure	Location
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Organisational details	56
	2-3 Reporting period, frequency and contact point	2
	2-6 Activities, value chain and other business relationships	16, 19
	2-7 Employees	9, 17, 36
	2-22 Statement on sustainable development strategy	20-21
	2-23 Policy commitments	22-23
	2-24 Embedding policy commitments	22-23
	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	36-37

GRI Standard	Disclosure	Location
GRI 2: General Disclosures 2021	2-28 Membership associations	42-46
	2-29 Approach to stakeholder engagement	21
	3-1 Process to determine material topics	20-21
	3-2 List of material topics	21
GRI 301: Materials 2016	3-3 Management of material topics	24-51
	301-1 Materials used by weight or volume	17, 25
GRI 302: Energy 2016	301-2 Recycled input materials used	17, 27, 30
	302-1 consumption within the organisation	20-21
	302-3 Energy intensity	17, 27, 30-31
	302-4 Reduction of energy consumption	27-31

GRI Standard	Disclosure	Location
GRI 305: Emissions 2016	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	27
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	27
	305-5 Reduction of GHG emissions	27
GRI 306: Waste 2020	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	24, 50
	306-2 Management of significant waste-related impacts	24, 50
GRI 401: Employment 2016	401-1 New employee hires and employee turnover	36
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-5 Worker training on occupational health and safety	37

GRI Standard	Disclosure	Location
GRI 405: Diversity and Equal Opportunities 2016	405-1 Diversity of governance bodies and employees	37
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	45
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-1 Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	38-40
	416-2 Incidents of noncompliance concerning the health and safety impacts of products and services	39
GRI 417: Marketing and Labelling 2016	417-1 Requirements for product and service information and labelling	24, 40



**Everything
your pet needs
flamingo.be**

