



Luxeverpakkingen doen het goed

Markt wordt groter voor BDMO

‘Nu de economie opleeft, doen luxueuze kartonverpakkingen het goed’, benadrukken Britta Goethals en Kim Snauwaert van BDMO. ‘De consument wil beleving en is bereid hiervoor te betalen. ‘Innovatie zit - net als duurzaamheid - in het DNA van het bedrijf.

‘Onze klanten zoeken voor de positionering van hun product in de eerste plaats creatieve en innovatieve verpakkingen’, ervaren Britta Goethals en Kim Snauwaert, sales account managers bij BDMO. ‘Doorgaans komen zij met een weloverwogen budget naar ons. Op basis hiervan zoeken we samen naar de ideale verpakking voor hun product. Dit doen we onder andere met behulp van een op maat gemaakte sample.’ Het grafisch ontwerp gebeurt door de klant of in samenwerking met zijn ontwerp bureau. BDMO geeft advies op gebied van papierkeuze en veredeling. ‘We hechten er veel belang aan dat de klant het fysieke sample letterlijk in handen neemt en er van alle kanten goed naar kijkt. Digitaal zie je niet alles. Het fysieke model is de basis van de goedkeuring. Het kleinste foutje moet uit het ontwerp.’

Innovatie

Innovatie draait om twee aspecten: het driedimensionale ontwerp en nieuwe papersoorten, coatings, lakken en veredelingstechnieken, maar evengoed veiligheid en kwaliteit. BDMO, 25 jaar geleden ontstaan uit een drukkerij en kartonnagebedrijf, beschikt over het BRC-Packaging certificaat voor voedselveiligheid. Het verpakkingbedrijf is naar eigen zeggen pionier in het aanbieden van omkleefde dozen geschikt voor direct contact met voeding. ‘Dankzij de samenwerking met verscheidene universiteiten zijn we goed vertrouwd met de migratieproblematiek, wat belangrijk is in de voedingssector’, zegt Snauwaert. ‘Door ons aanbod en onze kennis over migratie is het verpakken van chocolade veruit onze grootste markt.’ Naast het BRC Packaging certificaat, beschikt het bedrijf ook over FSC- en PEFC-certificaten.

Cosmeticamarkt

Ook de cosmeticasector stelt strenge kwaliteitseisen aan de verpakking. Daarom is de BRC-standaard relevant voor deze sector. ‘De BRC-standaard stelt hoge eisen aan de productveiligheid en de traceerbaarheid van de grondstoffen in cosmetica. In deze markt hebben we nog veel groeipotentieel, maar ondertussen hebben we toch al enkele mooie referenties’, aldus Goethals.



Innovatie draait om het driedimensionale ontwerp en nieuwe papiersoorten, coatings, lakken en verdelingstechnieken

Strategische samenwerking

De strategische samenwerking met Hellyn Kartonnage zal volgens de accountmanagers de verdere groei van de activiteiten ondersteunen. Hellyn Kartonnage is vooral bekend voor hun gepersonaliseerde presentatiemiddelen uit karton. De twee ondernemingen kennen elkaar al heel lang, werken al jaren samen als wederzijdse klant en leverancier. Ook delen ze dezelfde waarden rond duurzaam ondernemerschap. Gecombineerd zullen de twee zusterbedrijven meer dan 14 miljoen omzet realiseren, vooral in België maar ook in de buurlanden. Er werken in totaal een 80-tal werknemers.

WWW.BDMO.BE

Drankenmarkt

Een sterke focus ligt op de drankensector. BDMO kwam met deze markt in contact dankzij de overname van Carir Cartonnage eind 2016. 'Een gekend premium champagne-merk was één van hun grote klanten', verduidelijkt Snauwaert, die eerder bij Carir Cartonnage werkte. 'Vorig jaar hebben we voor de eerste keer deelgenomen aan de Pack & Spirit beurs in Reims om dit segment verder uit te bouwen. In 2018 nemen we opnieuw deel aan de beurs.'

In eigen Belgisch huis

Het West-Vlaamse bedrijf gaat er prat op dat zijn volledige proces, van ontwerp tot en met productie, op één locatie in België is geconcentreerd. De productie omvat het bedrukken van papier en vouwkarton, foliedrukken, stansen, vormen van de doos en daarna omkleven met papier. De productiestappen gebeuren weliswaar op verschillende machines, maar zijn sterk geautomatiseerd. Handmatig handelingen beperken zich tot het aanbrengen van inlays of sleeves in of om de verpakking. Occasioneel worden de dozen ook volledig afgevuld.

Duurzaamheid

De productie is zo duurzaam mogelijk. Snauwaert wijst naar de zonnepanelen, goed voor circa de helft van de elektrici-

teitsvoorziening van de locatie. De plaatontwikkelingsmachine voor de drukpers is volledig chemievrij. Hierdoor bespaart de productie fors op waterverbruik. 'Bij investeringen in de productie kijken we vanuit een duurzaamheidsbril naar de lange termijnopbrengst.'

Voor BDMO is dit evident. Op dit vlak wil het bedrijf een voortrekkersrol vervullen. 'Duurzaam produceren maakt deel uit van een ondernemingsbeleid gericht op maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dit hangt nauw samen met onze waarden van BDMO: Sustainability, Teamwork, Expertise, Respect voor collega's, materialen, leveranciers en Klanten... Samen vormen de beginletters van de kernwoorden het woord 'Sterk'. Dit is overigens ook het kernwoord van de slogan die BDMO hanteert: 'Strong at making boxes.' ■



De consument wil beleving en is bereid hiervoor te betalen.