



**king**  
B E L G I U M  
**RAPPORT DE  
DEVELOPPEMENT DURABLE**  
2014

La RSE est un état d'esprit

# /au sujet du rapport

## Délimitation dans le temps et l'espace

Ceci est le premier rapport de développement durable de King Belgium, dont le siège se situe à Genval et le centre de distribution à Tiselt/Willebroek. Ce rapport, publié le 1er septembre 2014, reflète la politique en matière de **RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises)** au cours des années 2011-2012-2013. King Belgium prévoit une mise à jour biennale de ce rapport.

## Conforme à la norme GRI

Ce rapport a été rédigé conformément aux directives GRI G4, niveau 'core'.

Cf. pp. 26-27 pour un aperçu des indicateurs GRI que nous avons retenus.

## Les réactions sont les bienvenues

La société King Belgium est ouverte à toute remarque, toute forme d'encouragement ou toute suggestion d'amélioration.

### Contact:

**Wim Matthijs**

**E. [wmatthijs@kingbelgium.be](mailto:wmatthijs@kingbelgium.be)**

**T. +32 2 655 03 56**

## /Contenu

- 03** la RSE est un état d'esprit
- 04** notre entreprise
- 05** l'organisation
- 06** la stratégie RSE
- 07** nous voulons tenir compte de ces groupes
- 08** de l'impact à l'influence positive
- 09** quels sont nos objectifs?
- 10** le conseil d'administration choisit la compétence
- 11** le code de conduite comme fil conducteur
- 13** bonnes pratiques de l'employeur envers ses collaborateurs
- 15** santé et sécurité
- 17** environnement
- 20** fournisseurs
- 22** le client est roi
- 25** société
- 26** tableau de références GRI G4

# /la RSE est un état d'esprit



[RSE = (win+win) x 2]

**Bénéfice pour les quatre parties: collaborateurs, clients, fournisseurs ET la société**

**Werner Meuleman**  
CEO King Belgium

**Si nous pouvions changer l'ADN de notre société, la RSE serait peut-être tellement normale que ce rapport de développement durable serait superflu ... Grâce à sa culture d'entreprise tournée vers le 'customer profitability', King Belgium prend, d'ores et déjà, ses responsabilités sociétales.**

Pour atteindre cet objectif, nous devons montrer à nos clients (aussi à nos 'clients internes' ou collaborateurs) la plus-value de la RSE. Dans la pratique, cela revient à leur fournir de nouvelles manières et méthodes d'entreprendre de façon durable.

La procédure de commande en est un exemple-type : à l'heure actuelle, le client passe parfois plusieurs petites commandes par semaine. Par habitude ? En regroupant plusieurs commandes, nous pouvons tous travailler de manière plus efficace et réduire les fréquences de transport, ce qui est bénéfique pour l'environnement. Cerise sur le gâteau: les deux parties voient leurs frais réduits! Néanmoins, nos clients se sont, d'abord, montrés réticents lorsque nos représentants leur ont proposé cette nouvelle façon d'agir. C'est la raison pour laquelle la relation avec la clientèle est si importante et que, dans ce contact, nous cherchons également à dialoguer avec d'autres personnes que le responsable des achats.

Nous reconnaissons le rôle crucial joué par nos collaborateurs commerciaux en les formant au processus RSE. Depuis 2014, nous offrons ces sessions à tous nos autres collaborateurs, quelle que soit leur fonction au sein de King Belgium.

Notre Marketing Manager *Wim Matthijs* a, pour sa part, bien saisi le message et les objectifs de la RSE. En collaboration avec le management local, il est le moteur de cette approche et mérite nos sincères remerciements. Pour la formation et l'élaboration pratique de notre rapport sur le développement durable, nous avons pu compter sur l'expert RSE *Slidingdoors* et le bureau de communication *Cayman*. Ce rapport n'est qu'une énumération des initiatives prises par King Belgium dans le domaine de la Responsabilité Sociétale des Entreprises. Derrière ces chiffres se trouve, en effet, une société désireuse de se distinguer non seulement par ses produits de grande qualité et ses services logistiques de pointe, mais aussi par la responsabilité qu'elle veut prendre vis-à-vis et avec toutes les parties concernées. N'oublions donc pas de remercier également nos co-acteurs sur le marché pour nous y inciter, eux aussi !

Bonne lecture!

# /notre entreprise

KING BELGIUM est un prestataire de services en équipements, restauration, hygiène, moyens de protection personnelle, entretien et dispositifs médicaux jetables. Que ce soit en Belgique ou au Luxembourg, King Belgium livre directement aux utilisateurs finaux, à savoir hôpitaux, écoles, entreprises, organismes gouvernementaux (communes, CPAS, ministères), sociétés d'entretien et de restauration, hôtels, centres d'hébergement et de soins ainsi qu'aux grossistes.

Le concept King Belgium comprend cinq groupes de produits

- ▶ Articles jetables pour la restauration
- ▶ Vêtements de protection personnelle professionnels
- ▶ Papier & produits hygiéniques
- ▶ Articles médicaux jetables
- ▶ Produits & matériel d'entretien

nombre de produits en assortiment:

**11.500**

ARTICLES ACTIFS

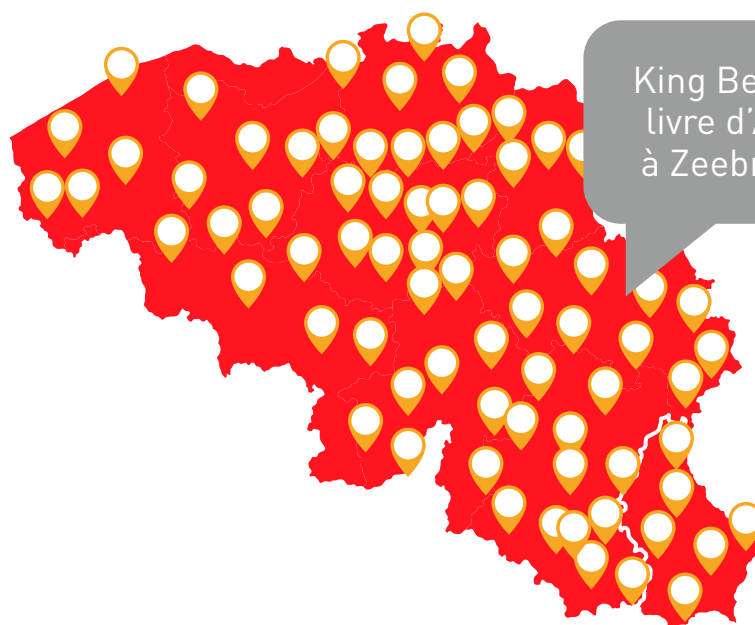
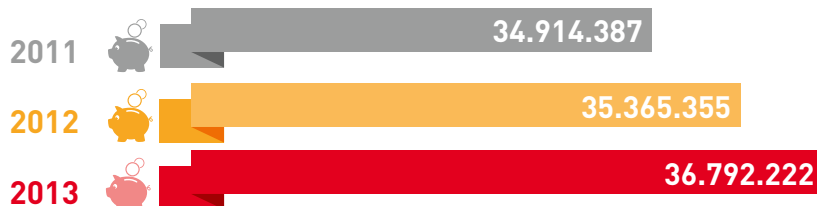
chiffre d'affaires 2013

**€36,8 MIO**

**79**

COLLABORATEURS

## CHIFFRE D'AFFAIRES (EN EUROS)



King Belgium livre d'Arlon à Zeebrugge

# /l'organisation



En tant que filiale de BUNZL PLC, située à Londres, King Belgium bénéficie du soutien et de l'expertise d'un groupe international solide, tout en conservant les points forts qui font de King Belgium le leader des marchés belge et luxembourgeois.



Le quartier général européen de Bunzl à Amsterdam dirige 60 centres de distribution dans 12 pays: Belgique, République tchèque, Danemark, France, Allemagne, Hongrie, Israël, Pays-Bas, Roumanie, Slovaquie, Espagne et Suisse.

## Think global / act local

La Belgique compte deux autres entreprises du Groupe Bunzl: Varia-Pack à Wilsele et Global Net à Pecq. Chaque firme suit sa propre stratégie tout en se portant garante de la mission unique de Bunzl : être le fournisseur le plus important et le plus distinctif de consommables non alimentaires, en mettant l'accent sur :

- ▶ Le dépassement des attentes des clients
- ▶ La collaboration d'un personnel dévoué et motivé
- ▶ La responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE)
- ▶ L'innovation en termes de produits, de concepts et de sous-traitance
- ▶ Des partenariats stratégiques avec nos fournisseurs et nos clients

Cette mission globale est portée par les différentes entreprises Bunzl de par le monde. Dans le même temps, nous conservons la liberté et la flexibilité d'adapter cette mission aux besoins locaux afin que nos partenaires et nos clients en récoltent les fruits.

## Echange de connaissances et de savoir-faire

L'échange mutuel de connaissances et de savoir-faire entre les firmes locales de Bunzl contribue au fait que King Belgium devance la concurrence sur les marchés belge et luxembourgeois. Nos clients profitent, eux aussi, de la puissance d'achat internationale et du soutien d'un groupe financier fort.

## Solutions sur mesure

Pour chaque situation spécifique, King Belgium offre la solution adéquate grâce au soutien de consultants professionnels, au large éventail d'articles et à l'appareil de distribution parfaitement organisé. En ce qui concerne le transport, King Belgium collabore étroitement avec le partenaire en distribution Van Oort (Benelux).

### **Mission:**

*être le fournisseur le plus important et le plus distinctif d'articles de consommation non alimentaires*

[www.kingbelgium.be](http://www.kingbelgium.be)  
[www.bunzl.com](http://www.bunzl.com)

PLAN CR COMME  
FIL CONDUCTEUR

# /la stratégie RSE

King Belgium adhère parfaitement au *Corporate Responsibility Plan* du Groupe Bunzl. Ce plan CR forme le cadre de notre politique en matière de responsabilité sociétale de l'entreprise. Il établit des directives claires sur sept thèmes :

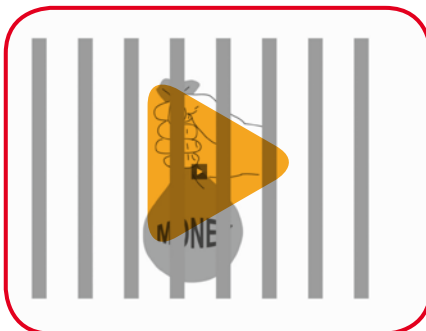
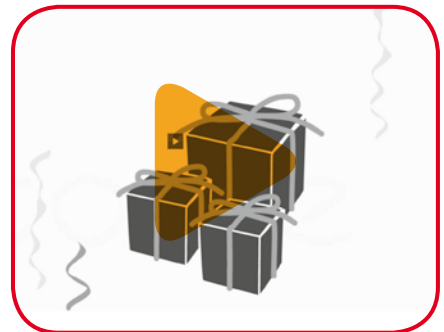
- Comportement commercial / code de conduite éthique
- Statut de bon employeur
- Santé et sécurité
- Environnement
- Société
- Clients
- Fournisseurs / comportement éthique

Le plan CR a été expliqué aux collaborateurs, de façon simple et visuelle, par le biais de neuf courts métrages reprenant des situations reconnaissables sur le lieu de travail. ▶

Voir aussi la matrice matérialité p. 8  
Voir aussi notre code de conduite p. 11

## nos priorités stratégiques:

- > Pour les actionnaires: créer de la valeur
- > Pour les collaborateurs: améliorer le niveau de vie
- > Pour la société, les clients et les fournisseurs: contribuer au bien-être économique, social et environnemental



# /nous voulons tenir compte des groupes suivants

Tenir compte de notre mission signifie tenir compte des parties prenantes tant internes qu'externes. King Belgium le fait avec plaisir. Nous allons même plus loin en nouant, au maximum, le dialogue avec toutes les parties.

## Rôle dans la société

Par définition, les emballages jetables ne font pas partie d'un développement durable ... mais le marché est demandeur. Les hôpitaux, par exemple, pensent en premier lieu à l'hygiène (ne pas transmettre d'infection, donc jeter le matériel utilisé), au confort d'utilisation, à l'optimisation logistique et à un prix correct.

King Belgium recherche constamment des alternatives écologiques qui rencontrent aussi les autres critères d'achat de nos clients. Nous remarquons une évolution lente mais certaine vers des possibilités de recyclage et/ou de compostage. Notre assortiment comprend pas mal de solutions écologiques (compostables), que nous ne manquons jamais de proposer.

## CONCERTATION avec Fost Plus

En tant que membre de Fost Plus, King Belgium a participé aux négociations sur la perception d'une redevance sur les emballages de service. Il s'agit ici

## Parties prenantes King Belgium:



d'emballages jetables utilisés pour pouvoir offrir un produit alimentaire aux clients. Ces emballages finissent, le plus souvent, à la poubelle ou dans l'environnement. Cette redevance est

utilisée pour les transformer. King Belgium s'efforce de trouver autant que possible des alternatives écologiques à ces produits jetables.

### CONSEIL: Moins il y a de résidus dans la nature, mieux c'est.

Naturellement, il vaut mieux privilégier la réutilisation ou le recyclage. De nos jours, nous brûlons encore beaucoup de déchets. L'avantage de cette façon de procéder est que la chaleur dégagée par le processus de combustion est de plus en plus réutilisée. Ce qui est aussi une forme de recyclage.

# /de l'impact à l'influence positive

Du choix de nos fournisseurs au service rendu à nos clients, chaque activité a inévitablement un impact sur l'environnement et la société dans lesquels nous sommes actifs. King Belgium prend ses responsabilités très au sérieux en examinant à la loupe chaque maillon de la chaîne des valeurs. Où pouvons-nous limiter l'impact ? Et surtout : où pouvons-nous exercer une influence positive en tant qu'entreprise ?



soutenus par une plateforme informatique intégrée

#### Pour la société, les clients et les fournisseurs

- Energie et émissions de CO<sub>2</sub>
- Assortiment d'écoproduits
- Services

- Comportement commercial
- Evaluation des fournisseurs

- Satisfaction des clients
- Sécurité et santé du consommateur
- Certification Cradle to Cradle

#### Pour les collaborateurs

- Possibilités d'emploi
- Formation
- Satisfaction des collaborateurs
- Santé et sécurité

#### Pour les actionnaires

- Performances économiques



# /quels sont nos objectifs?

## /objectifs stratégiques 2014-2015

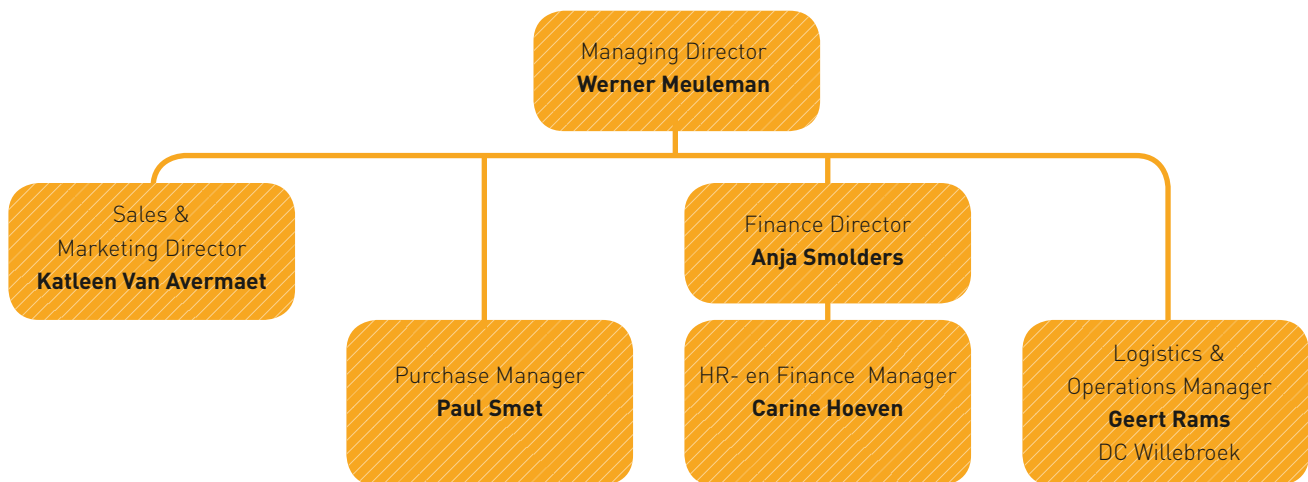
Statut  
2013

**Pour la société, les clients et les fournisseurs:** contribuer au bien-être économique, social et environnemental

Environnement	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Energie et émissions de CO<sub>2</sub></b> Nous limitons notre empreinte écologique par le biais d'actions ciblées sur nos déplacements et notre consommation d'énergie.</li> </ul>	●
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Assortiment en écoproduits / services</b> King Belgium contribue à réfléchir à des solutions permettant aux clients d'entreprendre, eux aussi, de façon plus durable.</li> </ul>	●
Pratiques commerciales équitables	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Comportement commercial</b> Continuer à surveiller le code de conduite éthique.</li> </ul>	●
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Evaluation des fournisseurs</b> Toutes les entreprises Bunzl s'engagent à mener leurs activités commerciales selon les normes professionnelles et éthiques les plus sévères. Des ICP adéquats sont élaborés en la matière.</li> </ul>	◐
Responsabilité produit	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Satisfaction des clients</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Accroître le score de 84,26% de clients très satisfaits en 2013.</li> <li>• Sonder également l'importance de la RSE aux yeux des clients.</li> <li>• Conserver le certificat ISO 9001.</li> </ul> </li> </ul>	◐
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Sécurité et santé du consommateur</b> Continuer à mettre à disposition les attestations de sécurité alimentaire et les fiches MSDS.</li> </ul>	◐
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Certification Cradle to Cradle</b> Sur base des nouveaux critères C2C plus sévères, version 3.0.</li> </ul>	◐
Pour les collaborateurs: améliorer le niveau de vie (statut de bon employeur)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Emploi</b> Pour les recrutements futurs, nous tenterons de rééquilibrer la courbe d'âge du personnel. Il va de soi que la compétence restera un critère plus important que l'âge.</li> </ul>	◐
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Formation</b> En proposant des formations légalement obligatoires, des formations sur les outils de travail, la création des compétences spécifiques et des formations ciblées organisées par les fournisseurs, nous espérons garder le même nombre d'heures de formation par collaborateur qu'en 2011-2013. Ce qui signifie des frais d'investissement supplémentaires de 24% par rapport à 2013.</li> </ul>	◐
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Satisfaction des collaborateurs</b> Nous allons stimuler la participation à l'enquête biennale sur la satisfaction du personnel, et prévoir une discussion des résultats dans le but de susciter un dialogue à ce sujet.</li> </ul>	◐
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Santé et sécurité</b> Persuadé que les personnes en forme sont des collaborateurs des plus agréables, King Belgium souligne toute la valeur accordée par ses collaborateurs, ses fournisseurs, ses clients et elle-même à une politique en matière de santé et de sécurité.</li> </ul>	●
Pour les actionnaires: créer de la valeur	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Performances économiques</b> Réaliser annuellement une croissance organique saine.</li> </ul>	●

# /le conseil d'administration choisit la compétence

La diversité reçoit toutes ses chances : même au plus haut niveau, King Belgium opte, en premier lieu, pour la compétence, le savoir-faire et l'expérience.



## Equipe de direction King Belgium

**Werner Meuleman**  
Managing Director

**Anja Smolders**  
Finance Director

**Katleen Van Avermaet**  
Sales & Marketing Director

## Equipe de management King Belgium

**Werner Meuleman**  
Managing Director

**Anja Smolders**  
Finance Director

**Katleen Van Avermaet**  
Sales & Marketing Director

**Paul Smet**  
Purchase Manager

**Geert Rams**  
Operations Manager

**Carine Hoeven**  
HR- et Finance Manager

## Conseil d'administration King Belgium

**Richard Marsh**  
Finance Director,  
Bunzl Continental Europe

**Frank van Zanten**  
Managing Director,  
Bunzl Continental Europe

**Werner Meuleman.**  
Managing Director,  
King Belgium

COMMERCIAL  
ET  
PRIVÉ

# /le code de conduite comme fil conducteur

Chaque collaborateur trouvera dans le code de conduite un fil conducteur pour son comportement tant commercial que privé. Notre politique détermine clairement

- que les collaborateurs doivent éviter les conflits d'intérêt
- les directives concernant le fait de donner ou de recevoir des cadeaux d'affaires et de participer à des événements
- l'interdiction de paiements illégaux et de pots-de-vin
- la protection des informations confidentielles et des atouts de l'entreprise
- l'étiquette dans les relations avec les clients et les fournisseurs
- la gestion des actifs du groupe 'en bon père de famille'

## Politique anti-corruption

Tous les collaborateurs signent une charte relative à la politique anti-corruption.

## Cadeaux d'affaires

King Belgium tient un registre des cadeaux que nous recevons de nos clients, de nos fournisseurs et d'autres contacts professionnels. Une fois par an, nous distribuons équitablement ces cadeaux parmi nos collaborateurs.

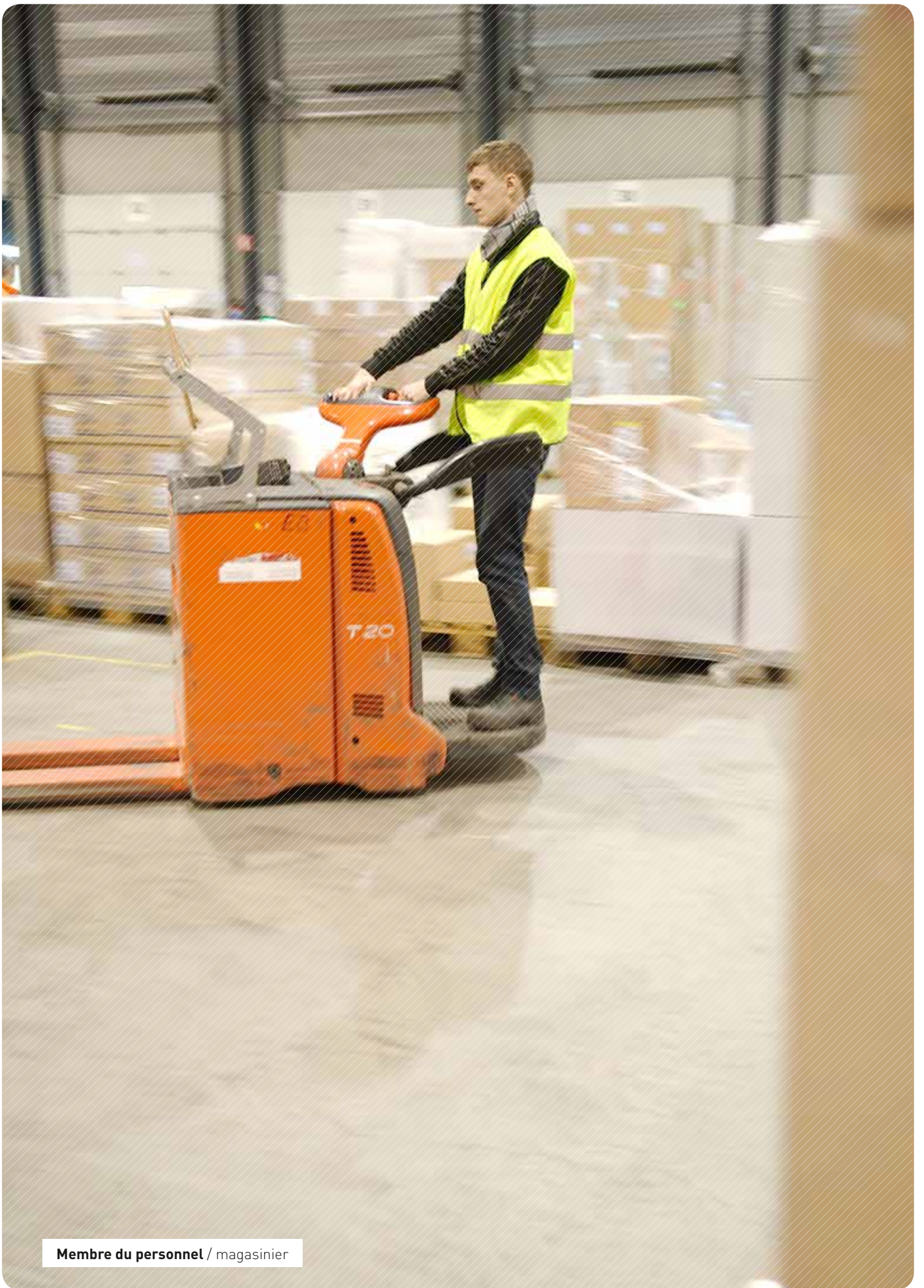
## Respect du code de conduite

King Belgium baigne dans une culture d'ouverture et de respect. Si quelque chose ne se déroule pas de façon correcte, nous renvoyons au code de conduite pour redresser la situation.

*Jusqu'à ce jour, King Belgium n'a constaté aucune infraction au code de conduite.*

Ceci a été contrôlé par le CEO et Bunzl Europe.

Le registre se trouve chez le CEO, qui reçoit les informations des parties concernées, les complète et les transmet à Bunzl Europe.



**Membre du personnel** / magasinier



# /bonnes pratiques de l'employeur envers ses collaborateurs

En tant que prestataire de services, King Belgium s'investit à 100% dans les compétences et l'expérience de ses collaborateurs.

## EMPLOI

King Belgium veille à ce que ses collaborateurs donnent le meilleur d'eux-mêmes dans un respect mutuel et sur base d'une communication directe et sincère. Nous refusons toute forme de discrimination et de violation des droits humains!

Toutes les entreprises de Bunzl – et donc aussi King Belgium – respectent les clauses et les procédures spécifiques à cette politique. Celles-ci répondent à la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme (Nations-Unies), à la législation et à la réglementation locales ainsi qu'aux normes suivantes :

### Un emploi sur base d'une égalité des chances

Les collaborateurs sont sélectionnés sur base de leurs compétences, de leur savoir-faire et de leurs qualifications afin qu'ils apportent une contribution positive aux valeurs et aux objectifs (commerciaux) de l'entreprise. Dès le recrutement, chaque candidat est traité honnêtement sur le même pied d'égalité, sans la moindre forme de discrimination. Fort de son code de conduite, King Belgium veille à ce que les collaborateurs n'exercent aucune forme de discrimination, de harcèlement ou de duperie les uns envers les autres.

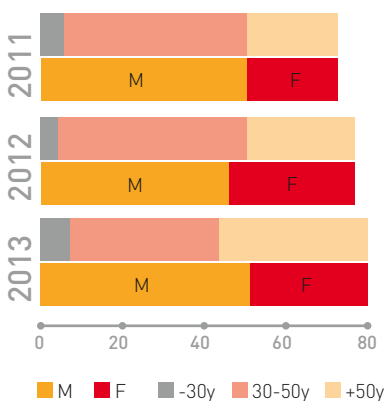
### Un salaire équitable

'Améliorer le niveau de vie de nos collaborateurs' est une priorité stratégique chez King Belgium. Nous attirons un personnel de qualité et récompensons leurs efforts par un salaire motivant et de bonnes conditions secondaires de travail, liés à l'effort individuel, aux résultats de l'entreprise et au marché du travail.

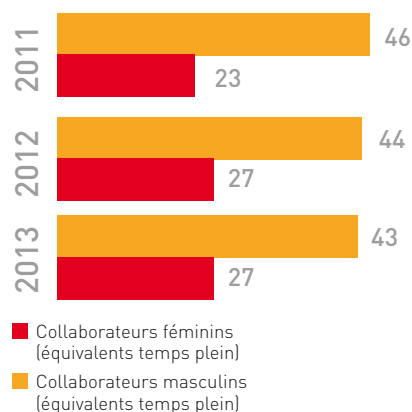
### Une orientation professionnelle motivante

Les postes vacants sont d'abord annoncés en interne afin que les collaborateurs existants ayant les qualifications et l'expérience requises puissent postuler en priorité.

## NOMBRE DE COLLABORATEURS PAR CATEGORIE D'AGE ET PAR SEXE



## PROPORTION COLLABORATEURS M/F EN EQUIVALENTS TEMPS PLEIN



D'éventuels obstacles peuvent être communiqués à la personne de confiance qui y donnera les suites adéquates.

- Chez King Belgium, le nombre de collaborateurs féminins est en moyenne supérieur à celui des entreprises similaires du secteur.
- Plusieurs collaborateurs travaillent à temps partiel, ce nombre est le plus élevé chez les personnes de plus de 50 ans. Ensemble, nos 79 collaborateurs équivalaient à 70,4 temps pleins en 2013.

## FORMATIONS

Outre les formations légalement obligatoires relatives aux premiers secours, à la sécurité incendie et à la conduite de chariots élévateurs, King Belgium prévoit, plusieurs fois par an, des formations professionnelles pour ses divers départements, y compris la direction et le management. Chaque collaborateur peut ainsi continuer à se développer dans le cadre de son travail.

## SATISFACTION DES COLLABORATEURS

### Equilibre travail/privé

- Le crédit-temps, les congés parentaux et les vacances sont, en principe, toujours accordés.
- Heures de travail flexibles pour chacun moyennant accord concernant les permanences.
- Les collaborateurs disposent des outils nécessaires à un travail mobile efficace (ex. smartphone, tablette, ordinateur portable, ...).

### Enquête de satisfaction

Tous les deux ans, nous mesurons la satisfaction des collaborateurs par le biais d'une enquête. Tous les collaborateurs reçoivent la possibilité de la compléter librement et de façon anonyme. Les résultats en sont communiqués au management. L'enquête de satisfaction du personnel la plus récente date de février 2012. Chaque année, nous menons aussi des entretiens de fonctionnement avec tous les collaborateurs.

## FORMATION DES COLLABORATEURS

### Nombre de collaborateurs ayant bénéficié d'une formation



### Nombre d'heures de formation



### Investissement



### Collaborateurs fidèles

L'ancienneté moyenne de nos collaborateurs est de 12 ans. En 2013, sur 79 collaborateurs, nous comptons 4 collègues ayant 10 années de service, 6 collègues ayant 15 années de service et 2 collègues ayant respectivement 25 et 30 années de service fidèle au sein de notre firme!



## /santé et sécurité

King Belgium attache, ainsi que ses collaborateurs, fournisseurs et clients, une grande valeur à la politique de santé et de sécurité.

S'il va de soi que nous respectons toutes les obligations légales en la matière, King Belgium va encore plus loin en échangeant des 'best practices' avec les autres entreprises du Groupe Bunzl. Ce faisant, nous tentons constamment de réduire les principaux risques. Avec le CPPT (Comité de Prévention et de Protection au Travail), King Belgium ne cesse d'affiner sa politique de sécurité et de proposer des formations en suffisance (voir p. 14). De plus, King Belgium entreprend suffisamment d'actions pour améliorer sans cesse la santé et la sécurité de ses collaborateurs:

- **Responsabilité personnelle.** Signature d'une charte de sécurité: chaque collaborateur y reconnaît agir en toute sécurité en n'importe quelle situation.
- **Formation des collaborateurs d'entrepôt:** dépasse l'obligation légale. Les collaborateurs peuvent obtenir un brevet délivré par les différents instituts de formation agréés (ex. : Croix-Rouge - A-first etc.).
- **Des entrepôts sûrs:** chaque collaborateur d'entrepôt doit respecter la 'Charte Trafic Sûr'. Celle-ci comprend les règles à suivre pour la circulation entre les marchandises stockées en hauteur et pour celle des chariots élévateurs électriques.





## Prévention des accidents:

La théorie veut que, si le risque est connu, il soit éliminé. Dans notre entrepôt, il y a deux grands risques, et nous ne pouvons les éliminer ..., à savoir 1) l'entreposage en hauteur et 2) des appareils électriques circulant parmi les travailleurs.

C'est pourquoi King Belgium a rédigé une 'Charte Trafic Sûr dans l'entrepôt', qui reprend les règles à suivre pour travailler en toute sécurité dans ce type de circonstances. Nous parcourons ces règles ensemble au moins trois fois par an. De plus, le management de ligne surveille en permanence sa bonne application. Quiconque commet une erreur, se voit mis en garde.

### Contenu 'Charte Trafic Sûr dans l'entrepôt':

#### • Stockage en hauteur

Dans notre entrepôt, les marchandises (sur palettes) sont stockées en hauteur jusqu'à 9,80 mètres; les marchandises qui ne sont pas placées correctement à une telle hauteur constituent un danger pour les magasiniers. Un logiciel dirige le stockage en hauteur, en indiquant l'endroit le plus adéquat de l'entrepôt. Il y a régulièrement des contrôles pour vérifier si toutes les palettes et marchandises sont placées correctement.

#### • Utilisation sûre des appareils

Ce document contient les directives de sécurité pour l'utilisation correcte et sûre des appareils destinés au transport interne et pour la circulation en toute sécurité des appareils et des personnes dans l'entrepôt.



En signant cette charte, les collaborateurs s'engagent à respecter ces clauses. C'est une façon de

demander une attention supplémentaire à la sécurité du travail.

### Ratio d'accidents

Malgré ces mesures, nous ne pouvons, hélas, exclure totalement les accidents. Depuis 2011, nous avons enregistré annuellement 1 accident dans l'entrepôt, dû à une erreur humaine. Heureusement sans gravité.

nombre d'accidents	1	1	1
nombre de jours perdus	13	7	6
	2011	2012	2013





# /environnement

Dès que possible, King Belgium cherche à prévenir, limiter ou remédier aux effets nuisibles de ses activités sur l'environnement.

## CONSUMMATION D'ENERGIE ET EMISSION DE CO<sub>2</sub>

### Carburant

En 2013, King Belgium dispose de quatre camions qui lui sont propres pour livrer ses clients. Le reste de la distribution journalière est confiée au 'third party carrier', Van Oort.

### Approvisionnement des clients

Mise en œuvre pour la distribution journalière:

- 4 camions | flotte KING  
3 chauffeurs King Belgium
- 12 camions | flotte VAN OORT  
13 chauffeurs Van Oort

### ► Moins de CO<sub>2</sub> sur la route

King Belgium tente de réduire au maximum ses émissions de CO<sub>2</sub> en utilisant des camions équipés des moteurs les plus récents, répondant aux normes d'émission, et économisant le carburant, en formant ses chauffeurs à la conduite en général et à la conduite écologique en particulier, et en collaborant avec un transporteur\* durable.

\* Notre 'Third Party Carrier', Van Oort, a obtenu le label Truck Veilig 2013 et s'est engagé dans le projet LEAN & GREEN afin d'émettre moins de CO<sub>2</sub>.



Nous envisageons, en outre, avec nos clients d'optimiser la fréquence des livraisons et, par conséquent, nos déplacements.

### Navettage

King Belgium met à disposition des voitures d'entreprise aux émissions de CO<sub>2</sub> minimales.

Nous encourageons également le covoiturage et organisons un service de navette entre le siège central à Genval et le centre de distribution de Willebroek. Les collaborateurs qui y travaillent ont un horaire adapté, évitant ainsi de se retrouver coincés dans les embouteillages.

### Eclairage

Nous nous efforçons de consommer moins d'électricité pour l'éclairage de nos entrepôts en utilisant les toutes dernières technologies et en apportant des modifications au bâtiment là où c'est possible.

## DIMINUTION DE LA CONSOMMATION DE CARBURANT



Malgré la croissance du chiffre d'affaires pour la période 2011-2013, King Belgium et son partenaire-transporteur Van Oort ont vu leur consommation de carburant diminuer.

## Chauffage

Pour assurer le confort de nos collaborateurs, nous chauffons les entrepôts par temps froid. Ceci n'est pas obligatoire de par la loi, ni indispensable pour le maintien de la qualité des produits stockés. Un réglage de thermostat sophistiqué et une protection contre les courants d'air permettent de garder une température constante à l'intérieur du bâtiment. Lors du chargement et du déchargement, nous utilisons au maximum deux portes pour éviter qu'une trop grande quantité d'air froid ne pénètre à l'intérieur.

### Déchets: 'Partners in waste'

En éliminant de façon cohérente le matériel d'emballage, King Belgium souhaite diminuer la quantité de déchets produite. Avant que l'obligation légale n'entre en vigueur, King Belgium travaillait déjà à une politique des déchets optimale en collaboration avec Van Gansewinkel et VAL-I-PAC.

**1) Déchets d'emballage:** Nous conditionnons le moins possible nous-mêmes, mais la distribution exige inévitablement un minimum de papier, de carton et de film d'emballage.

**2) Déchets de produits:** En adhérant à Fost Plus et à VAL-I-PAC, deux instances dont le but est de diminuer le volume des déchets de conditionnement, nous souscrivons aux plans d'action communs et à leurs initiatives. A cela s'ajoute un plan quinquennal à la commission régionale du conditionnement.

## Eau

Notre consommation d'eau est minimale. L'eau nous est nécessaire uniquement comme eau potable, pour nettoyer les lieux de travail et pour l'hygiène personnelle.

## Papier

Les dépliants sont peu à peu remplacés par des catalogues numériques tandis que les factures sont envoyées par courriel depuis 2013. Ceci résulta en 2013 à une diminution de près de 50.000 enveloppes et de quelque 350.000 feuilles A4 par rapport à 2011.

*King Belgium aide à réfléchir aux solutions permettant aussi à ses clients de travailler de façon plus durable.*

## ASSORTIMENT D'ECOPRODUITS: CROISSANCE DES VENTES ET EXTENSION DE L'ASSORTIMENT

La gamme éco proposée par King Belgium consiste en produits qui sont tout aussi efficaces, mais moins nuisibles pour l'environnement. Même si le prix d'achat reste, notamment, un facteur décisif, les clients sont de plus en plus nombreux à choisir consciemment des écoproduits. Notre gamme ne cesse, dès lors, de s'étendre.

► Afin d'inspirer nos clients, notre site Internet met en avant, grâce à une mention particulière, tous nos produits possédant un ou plusieurs labels écologiques (Ecolabel, Rpet, C2C, OK compost, ...).

### Influence sur le choix du client

Lorsque le client a le choix entre deux produits de même qualité, King Belgium

### CHIFFRE D'AFFAIRES DES ECOPRODUITS EN UNITES DE VENTE



### CHIFFRE D'AFFAIRES DES ECOPRODUITS (EN EUROS)



conseillera, à chaque fois, l'alternative la plus durable. Même si, dans la pratique, le prix reste un critère important ... Lors d'une adjudication, 60% des points vont souvent au prix. Les pouvoirs publics, pour leur part, ont ramené ce niveau à 30-40% dans le cas de certaines adjudications publiques.

### **Eco-Effectivité vs. Eco-Efficacité**

L'efficacité est un terme économique qui implique de 'bien faire les choses'. Faire le moins de mal possible avec un nombre de moyens limité. Low input with maximum outlet!

L'Eco-Effectivité implique surtout de 'faire les bonnes choses'. Il s'agit d'une approche réaliste et d'une vision à long terme des produits verts et efficaces donnant toute confiance. L'application à tort et à travers de critères n'est pas à l'ordre du jour dans ce cas-ci tandis que le 'cherry picking' n'est certainement pas la bonne attitude à adopter. «Nous nous mettons au vert» doit devenir un état d'esprit.

Par le passé, les produits écologiques étaient considérés comme étant 'insuffisamment puissants'. De nos jours, certains produits sont même plus puissants et plus efficaces que les produits traditionnels. Les produits écologiques concentrés n'ont donc aucune utilité, leur surdosage pouvant, d'ailleurs, se révéler nuisible à l'environnement.

King Belgium pousse les producteurs à relever de nouveaux défis et à concevoir de nouveaux développements dans cette direction. Une offre détaillée d'innovations ne se fait donc pas attendre, et le marché professionnel est prêt à l'accueillir. Grâce à notre approche conceptuelle (informations adéquates et correctes) et aux excellentes performances de ces

produits, les clients finaux ne tarderont pas à découvrir l'importance croissante des critères C2C et EMAS en plus des écolabels traditionnels (Ecolabel européen, Nordic Swan, ...).

## **PRESTATION DE SERVICES: REFLECHIR AVEC LE CLIENT**

### **Ecologie: une histoire toute en nuances**

Dans quelle mesure des articles jetables peuvent-ils être durables ? Sales Manager Catering, Medical & Protection: "Les différentes gammes d'articles jetables que King Belgium lance sur le marché ont, pour but principal, de garantir l'hygiène dans les institutions et les hôpitaux. Lorsque ces articles, une fois consommés, sont brûlés dans des incinérateurs, ils développent une énergie qui dépasse la puissance des produits pétroliers, réduisant ainsi la consommation de gaz ou de pétrole. La chaleur développée suffit pour brûler les déchets restants. Il s'agit, dès lors, d'un combustible bon marché. Dans le calcul environnemental, il faut, en outre, tenir compte du fait qu'il n'y a aucune utilisation d'eau ni de détergents.

La plupart des matières premières vendues par King Belgium sont recyclées en d'autres produits : sacs poubelle, caisses, poteaux, meubles de jardin ... Même si elles sont recyclées à plusieurs reprises, ces matières conservent d'excellentes propriétés mécaniques."

### **Utilisation unique = utilisation plurielle**

### **Concept total**

Les différents départements de King Belgium regardent plus loin que le produit et cherchent ensemble des solutions pour minimiser son impact environnemental.

### **Des méthodes de travail écologiques**

#### **Moins de consommation d'eau et de produit dans les centres d'hébergement et de soins**

A l'intention spéciale des centres d'hébergement et de soins et des hôpitaux, King Belgium a imaginé une manière de tenir les espaces propres et hygiéniques avec un minimum d'eau et de produits d'entretien. Cette réflexion a donné naissance au 'One way mopping system', une méthode de nettoyage humide et efficace. Le secret réside dans des chiffons en microfibres et des balais à franges spéciaux. Ces chiffons, qui peuvent être lavés, sont réutilisables.

#### **Formation comprise**

Afin d'introduire avec succès la nouvelle méthode de travail, King Belgium assure – avec le producteur – la formation de l'équipe d'entretien ainsi qu'un suivi intensif durant les premiers mois.

(voir aussi p. 14)

Par exemple

- 'recyclage': Facility veille à fournir des sacs poubelle appropriés permettant le recyclage effectif des produits.
- 'Collecte PMC en collaboration avec le fournisseur': depuis 2013, les entreprises doivent trier et traiter séparément la partie PMC de leurs déchets et veiller à leur collecte. Pour stimuler ce comportement, King Belgium a cherché, avec les fabricants Rubbermaid et Vileda, une solution favorisant le tri simple des PMC. Cette collaboration a mené à la production 'd'îlots de déchets' que King Belgium a installés, depuis lors, dans certaines entreprises et dans certains bureaux.

# /fournisseurs

Toutes les entreprises Bunzl s'engagent à mener leurs activités commerciales suivant les normes professionnelles et éthiques les plus strictes.

## L'éthique dans les affaires, aussi à l'étranger

King Belgium conclut des accords avec chaque fournisseur concernant la logistique et la facturation, ainsi qu'à propos de notre code de conduite éthique. Les nombreux fournisseurs étrangers avec qui King Belgium collabore, à savoir en Extrême-Orient, sont évalués par l'équipe d'audit de Bunzl avant que ne soit décidée toute forme de collaboration. Une fois reconnus comme fournisseurs, ils restent soumis à des audits réguliers.

## Label 'Truckveilig'

Notre transporteur VAN OORT a reçu, en 2013, le label *TRUCKVEILIG*, une garantie octroyée par les autorités flamandes et la *Vlaamse Stichting Verkeerskunde* aux firmes s'engageant dans la sécurité routière. L'objectif de VAN OORT est de décrocher ce label chaque année. Parallèlement, il s'est engagé dans le projet 'Lean & Green', dont les mesures visent à réduire les émissions de CO<sub>2</sub> dans le secteur du transport.



*"Making things right" évoluera vers  
"Making the right things!"*

## Collaboration avec les fabricants

En concertation avec quelques fabricants, King Belgium a élaboré des actions 'Green Products'. La plus-value de ces actions ciblées se situe, notamment, dans l'utilisation de matières premières recyclées et de matériaux réutilisables, d'innovations ainsi que dans une analyse fouillée des processus technologiques des fabricants (biological cycles and technical cycles), garantissant, évidemment, d'aussi bons résultats de nettoyage.

L'offre en variantes écologiques pour nettoyeurs périodiques a augmenté ces dernières années.

Pour les produits d'entretien journaliers, il existe déjà de nombreuses alternatives de qualité disposant d'un label écologique. Quant à la différence de prix avec les produits 'normaux', elle s'est quasiment estompée.

Parallèlement à l'avantage du prix pour les utilisateurs (cost in use), la vente de ces produits d'entretien écologiques a crû de près de 40% en 2013 par rapport à 2012 !

Les institutions publiques, le secteur public et les soins de santé ont manifesté un intérêt très vif pour cette gamme de produits.

► Voir aussi p. 17 sur l'Eco-Effectivité vs l'Eco-Efficacité.

## Stratégie consciente des achats

Depuis quelques années, King Belgium opte résolument pour des fournisseurs durables aux gammes de produits écologiques.

Vu les nombreuses directives européennes et belges, le principe de développement durable est devenu une norme chez bien des fabricants. Ce qui explique la croissance de l'offre en produits durables.

Qu'il s'agisse de facilités ou de restauration, les exemples de produits écologiques et environnementaux sont légion. Ce qui importe ici, ce n'est pas uniquement le matériau de base (matière première), mais aussi la manière de produire, de fournir et de recycler.

A cet égard, la fonction d'achat s'avère un défi qui dépasse de loin le niveau de la simple discussion de prix. La conscientisation de nos clients explique, en partie, le succès croissant de nos produits 'durables'.





COMMENT  
AIDER LE  
CLIENT POUR  
APPLIQUER LE  
DEVELOPPEMENT  
DURABLE?

## /le client est 'king'

C'est avec plaisir que nous conseillons nos clients dans leur choix de produits et emballages durables. Si le client le souhaite, King Belgium analysera son assortiment actuel et lui fournira des conseils ciblés sur les produits et leurs éventuelles alternatives écologiques.

### Réfléchir avec le client aux alternatives durables

#### Barquettes compostables pour la restauration

"Dans les restaurants IKEA, nous servions autrefois les moules dans une casserole en aluminium non réutilisable. Etant donné qu'il s'agissait de quantités considérables de moules, une alternative plus écologique était la bienvenue. King Belgium nous proposa une casserole pour moules produite en fibres de canne à sucre. Les casseroles sont conçues sur mesure pour IKEA et sont produites en Chine avec des produits locaux et dans des conditions de travail correctes. Suite à cette conversion, IKEA a décidé d'aller encore plus loin : nous compostons la casserole et les légumes restants tandis que nous collectons les coquilles de moules séparément pour qu'elles servent de nourriture à l'ostréiculture." - Benny Weyn, Range & Purchase manager, Ikea Belgium.



Casserole étanche compostable produite en fibres de canne à sucre remplace les récipients en aluminium

## Approche logistique

### 1) Limiter les ruptures de stock

Grâce à l'analyse des stocks du client, nous parvenons à limiter le nombre de ruptures de stock. King Belgium tend vers des livraisons complètes. De cette façon, le client reçoit une grosse livraison avec, éventuellement, une livraison supplémentaire groupée. En groupant les commandes par région, nous limitons aussi les frais de transport et les émissions de CO<sub>2</sub>. Cette modification de notre procédure de commande a exigé quelques efforts de la part de nos collaborateurs commerciaux et de nos clients... qui se voient récompensés par une baisse des coûts de manutention. A cet égard, King Belgium est un fournisseur / partenaire logistique unique.

### 2) Centraliser les commandes

King Belgium contribue à atteindre et à conserver les objectifs écologiques et sociétaux. En accord avec le client, nous avons ainsi mis sur pied un système avec différents fabricants qui, jusqu'alors, livraient directement vers 80 emplacements. Dorénavant, ces fabricants livrent tout sur **plate-forme** chez King Belgium, qui intègre, à son tour, la livraison via le crossdocking. Win-win et moins d'émissions de CO<sub>2</sub>.

Grâce à King Belgium, il y a maintenant, chaque mois, 80 trajets de camions en moins sur la route!

## Qualité de produit et service

King Belgium bénéficie de la certification ISO 9001 de façon ininterrompue depuis 1997. C'est pourquoi tous nos processus d'entreprise sont continuellement analysés et optimisés.

De plus, King Belgium dispose des attestations de sécurité alimentaire et des fiches MSDS\* pour tous les produits chimiques. Les clients enregistrés peuvent se les procurer sur le site [www.kingbelgium.be](http://www.kingbelgium.be). La plupart des analyses sont effectuées par le fabricant. King Belgium possède aussi un assortiment de produits spécifiques pour le respect des normes HACCP.

\*Material Safety Data Sheet, comprenant des instructions de sécurité et la composition des produits.

## Satisfaction des clients

En 2007 et 2013, King Belgium a mené une enquête numérique pour sonder la satisfaction des clients.

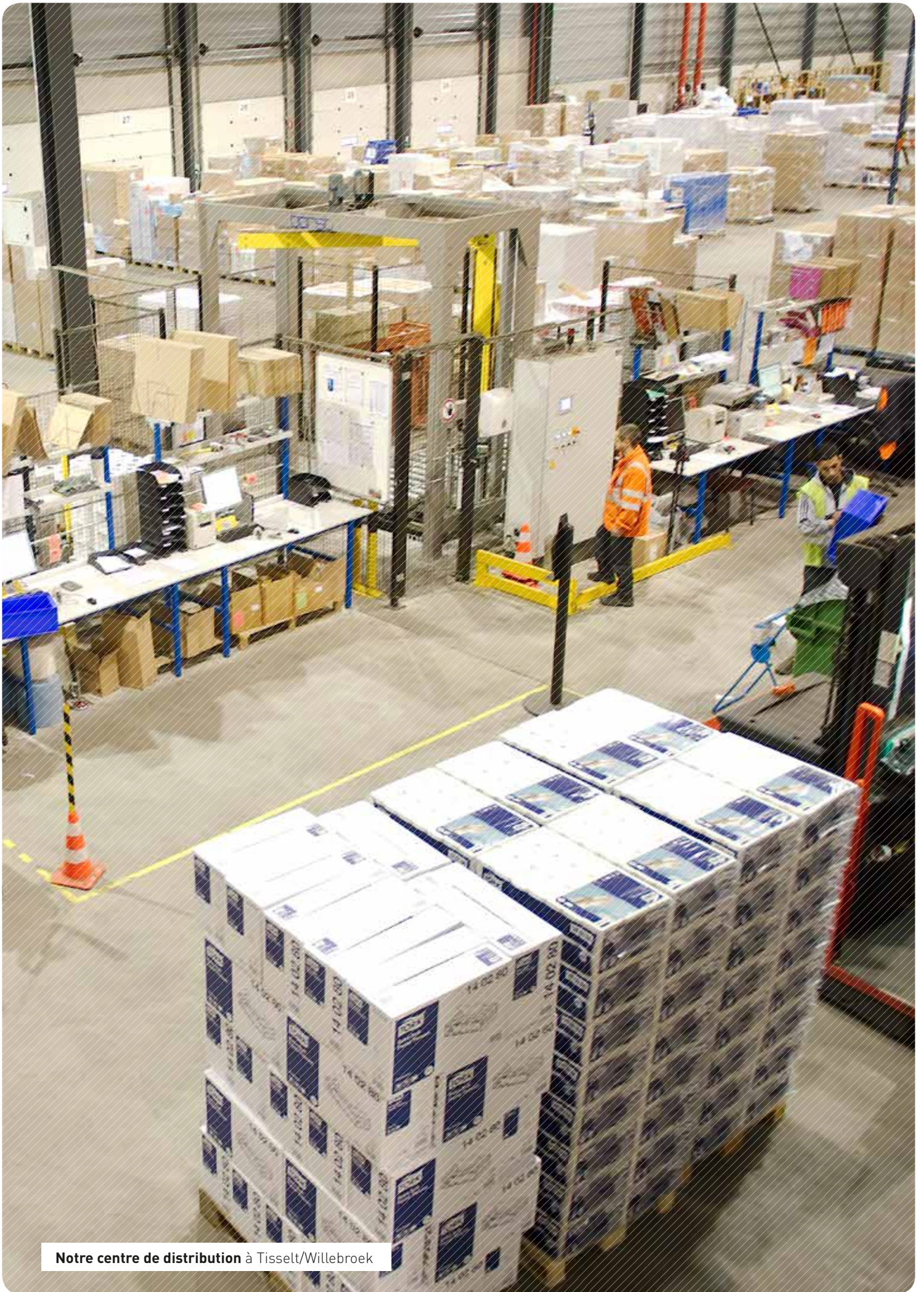
Les thèmes évalués portaient sur: la satisfaction concernant le service intérieur et extérieur, la logistique, les catalogues, le site Internet, la

connaissance des assortiments et la formation, les raisons de choisir King Belgium.

Les résultats ont révélé que 84,26% des clients ayant répondu se déclaraient très satisfaits.

La prochaine enquête mesurant la satisfaction de la clientèle est prévue pour 2015 ou 2016. Nous y sonderons l'importance de la RSE et la satisfaction concernant la boutique en ligne.





**Notre centre de distribution à Tisselt/Willebroek**



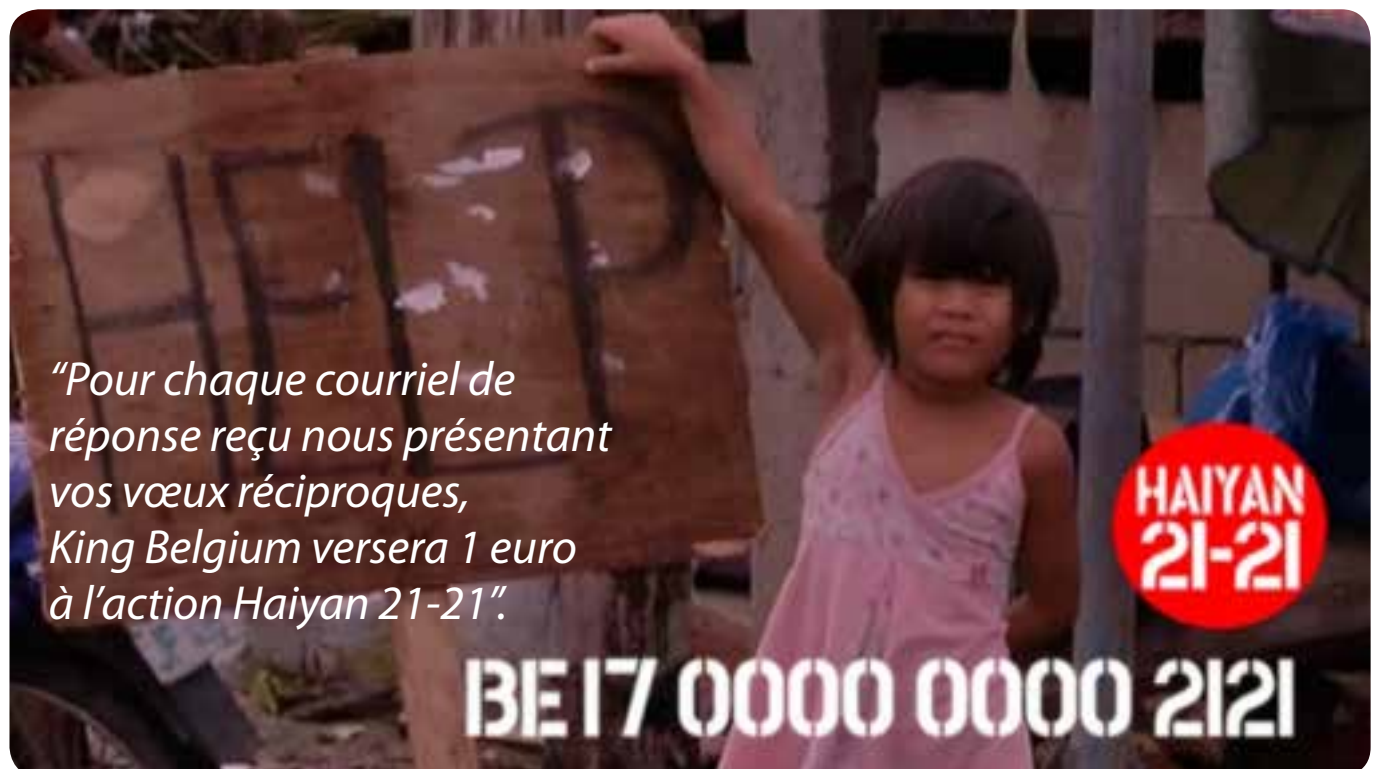
## /société

King Belgium souhaite contribuer au soulagement de situations insupportables. C'est pourquoi, chaque année, elle choisit une situation spécifique qu'elle soutient financièrement avec ses clients et son personnel.

### Action de Nouvel An: Aide d'urgence aux victimes du typhon Haiyan aux Philippines

Fin 2013, tous les contacts de King Belgium ont reçu un courriel dans lequel nous exprimions nos vœux de Nouvel An, accompagnés du message ci-dessous.

Le 10 février 2014, King Belgium a versé 1.000 euros sur le compte HAYAN 21 21 et projette de mener, dorénavant chaque année, une telle action de solidarité.



# /le tableau de références GRI G4

Ce tableau reprend les critères tirés des directives G4 du Global Reporting Initiative. Par indicateur, nous mentionnons dans quelle mesure celui-ci apparaît dans le rapport de développement durable de King Belgium® au cours de la période 2011-2013.

## /Stratégie et profil

GRI	Description	Niveau de reporting	Référence	Explication
<b>1. Stratégie et Analyse</b>				
G4.1	Une déclaration du conseil d'administration sur la pertinence du développement durable pour l'organisation et sa stratégie	Complet	p 3	
<b>2. Profil de l'organisation</b>				
G4.3	Nom de l'organisation	Complet	p 1	
G4.4	Principales marques et principaux produits et/ou services	Complet	p 4	
G4.5	Lieu du siège de l'organisation	Complet	p 2	
G4.6	Nombre de pays où l'organisation est active (important pour les questions de développement durable)	Complet	p 4, 5	
G4.7	Mode de propriété et forme juridique	Complet	p 5	
G4.8	Marchés desservis	Complet	p 4, 5	
G4.9	Taille	Complet	p 4	
G4.10	Collaborateurs	Complet	p 13	
G4.11	Pourcentage de salariés couverts par une convention collective			100%
G4.12	Description de la chaîne d'approvisionnement	Complet	p 8	
G4.13	Changements substantiels de taille, de structure ou de propriété survenus au cours de la période de reporting	N/A		
<i>Implication dans des initiatives externes</i>				
G4.14	Description de la façon dont le principe de précaution est appliqué	Complet	p 3, 9	
G4.15	Chartes, principes ou autres initiatives RSE développés en externe et auxquels l'organisation a souscrit	Complet	p 6	
G4.16	Affiliation à des associations, au sein desquelles l'organisation exerce des fonctions, accorde des contributions financières ou dont elle considère son adhésion comme stratégique	N/A		
<b>3. Aspects et périmètres pertinents identifiés</b>				
G4.17	Structure opérationnelle, délimitation du rapport	Complet	p 2	
G4.18	Description du processus de contenu du rapport et de l'application des principes de reporting du contenu.	Complet	p 6	
G4.19	Enumération de tous les aspects pertinents identifiés dans le processus de contenu	Complet	p 8, 9	
G4.20	Périmètre des aspects pertinents au sein de l'organisation	Complet	p 8	
G4.21	Périmètre des aspects pertinents en dehors de l'organisation	Complet	p 8	
G4.22	Explication des raisons et des conséquences de toute reformulation d'informations communiquées dans des rapports antérieurs	N/A		
G4.23	Modifications substantielles concernant le champ d'étude et le périmètre des aspects par rapport aux précédentes périodes de reporting	N/A		
<b>4. Implication des parties prenantes</b>				
G4.24	Liste des groupes de parties prenantes avec lesquels l'organisation a noué un dialogue	Complet	p 7	
G4.25	Critères retenus pour l'identification et la sélection des parties prenantes avec lesquelles établir un dialogue	Sans objet		Classement sur base de l'intérêt et du pouvoir/influence
G4.26	Approche utilisée pour impliquer les parties prenantes, y compris la fréquence du dialogue par type et par groupe de parties prenantes	Sans objet		Pas inventorié
G4.27	Réactions principales des parties prenantes et façon dont l'organisation y a réagi	Complet	p 7	
<b>5. Profil du rapport</b>				
G4.28	Période de reporting concernée par les informations fournies	Complet	p 2	
G4.29	Date du dernier rapport publié	N/A		
G4.30	Cycle de reporting	Complet	p 2	
G4.31	Personne à contacter pour toute question sur le rapport ou son contenu	Complet	p 2	
G4.32	Core/Comprehensive	Complet	p 2	
G4.33	Politique et pratique courante de l'organisation visant à solliciter une vérification externe du rapport	N/A		
<b>GOVERNANCE ET ETHIQUE</b>				
<b>6. Gouvernance</b>				
G4.34	Structure de la gouvernance de l'organisation, y compris les comités de l'instance supérieure de gouvernance	Complet	p 10	
<b>7. Ethique et intégrité</b>				
G4.56	Valeurs, principes, normes et règles de l'organisation en matière de comportement, tels que les codes de conduite et codes d'éthique	Complet	p 11	

## /Description de l'approche managériale

Indicateur per aspect	Description	Niveau de reporting	Référence
<b>Economique</b>			
<b>Performances économiques</b>			
G4 EC1	Valeurs économiques directes créées et distribuées	Partiel	p 4, 9
<b>Environnement</b>			
<b>Energie</b>			
G4 EN3	Energie (consommation / production) au sein de l'organisation	Partiel	p 17, 18
<b>Eaux usées</b>			
	Descriptif	Complet	p 18
<b>Produits et services</b>			
G4 EN27	Initiatives en vue d'atténuer les impacts environnementaux des produits et des services, et ampleur de cette atténuation	Complet	p 18
<b>Respect de la législation et de la réglementation environnementales</b>			
G4 EN29	Montant des amendes substantielles et nombre total de sanctions non pécuniaires pour non-respect des législations et réglementations en matière d'environnement	Complet	p 17
<b>Transport</b>			
G4 EN30	Impacts environnementaux substantiels du transport des produits, autres marchandises et matières utilisés par l'organisation dans le cadre de ses activités, et des déplacements des membres de son personnel	Complet	p 17
<b>Evaluation environnementale des fournisseurs</b>			
G4 EN33	Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur l'environnement dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	Complet	p 20, 21
<b>Social: conditions de travail et travail décent</b>			
<b>Emploi</b>			
	Voir G4-10	Complet	p 13
<b>Relations employeur / employés</b>			
	Satisfaction des collaborateurs	Complet	p 14
<b>Santé et sécurité au travail</b>			
G4 LA6	Taux et types d'accidents du travail, de maladies professionnelles, d'absentéisme, proportion de journées de travail perdues et nombre total de décès liés au travail, par zone géographique et par sexe	Complet	p 15, 16
<b>Formation et éducation</b>			
G4 LA9	Nombre moyen d'heures de formation par an, réparti par salarié, par sexe et par catégorie professionnelle	Complet	p 14
<b>Evaluation des pratiques en matière d'emploi chez les fournisseurs</b>			
G4 LA14	Pourcentage de nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères relatifs aux pratiques en matière d'emploi	Complet	p 20, 21
<b>Social: Droits de l'homme</b>			
<b>Interdiction à la discrimination</b>			
G4 HR3	Nombre total d'incidents de discrimination et actions correctives mises en place	Complet	p 11, 13, 20, 21
<b>Evaluation du respect des droits de l'homme chez les fournisseurs</b>			
G4 HR11	Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur les droits de l'homme dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	Complet	p 20, 21
<b>Social: Société</b>			
<b>Communautés locales</b>			
G4 SO1	Pourcentage de sites ayant mis en place une participation des communautés locales, des évaluations des impacts et des programmes de développement	Complet	p 25
<b>Lutte contre la corruption</b>			
G4 SO4	Communication et formation sur les politiques et procédures en matière de lutte contre la corruption	Complet	p 11
<b>Social: Responsabilité liée aux produits</b>			
<b>Santé et sécurité du consommateur</b>			
G4 PR1	Pourcentage des catégories importantes de produits et de services pour lesquelles les impacts sur la santé et la sécurité sont évalués aux fins d'amélioration	Complet	p 23
<b>Etiquetage des produits et services</b>			
G4 PR5	Stratégie en matière de satisfaction des clients, y compris résultats des enquêtes de satisfaction client	Complet	p 23



## /ceci n'est que le début

La réalisation de notre premier rapport de développement durable s'est révélée un exercice passionnant. Derrière les chiffres qui s'alignent si joliment dans les pages qui précèdent, se trouve une entreprise poursuivant l'excellence sur tous les plans. King Belgium tient à se distinguer en offrant des produits de qualité supérieure et des services logistiques de pointe, tout en prenant ses responsabilités sociétales. Nous espérons que ce rapport sera une source d'inspiration pour toutes les parties concernées.

***“Tout rapport de développement durable est à l'image de notre stratégie RSE: éternellement inachevé.”***

Wim Matthijs, King Belgium.

### **King Belgium**

**Bureaux: rue du Cerf 190/1 - 1332 Genval**

**Centre de distribution: Kersdonk 7 - 2830 Tiselt/Willebroek**

**www.kingbelgium.be - Contact: wmatthijs@kingbelgium.be**