A screenshot of a website

AI-generated content may be incorrect.

<https://bintg.com/nl>

**Producten en Diensten:**

**1. Flooring Solutions**

* **Tapijt** (kamerbreed, tegels, matten)
* **Vinylvloeren** (planken, tegels, op rol)
* **Laminaat en parket**
* **Naaldviltvloeren** (voor projecten, evenementen, transport)
* **Kunstgras** (sport en landscaping)
* **Wandpanelen en meubelstoffen**

**2. Engineered Solutions**

* **Garens en vezels** (voor tapijt en kunstgras)
* **Geotextiel** (bouw, infrastructuur, drainage)
* **Landbouwtextiel** (worteldoeken, beschermingsnetten)
* **Automotive-toepassingen** (interieur, bekleding, technische vezels)
* **Technische platen en composietoplossingen** (bv. voor verpakkingen, bescherming, industrie)

**3. Polymers**

* **Polypropyleen pellets** (korrels) → gebruikt voor meubels, medische onderdelen, auto-onderdelen, opslagcontainers, tapijtruggen.
* **Honingraatplaten (polypropyleen golfplaten)** → toepassingen in verpakkingen, bewegwijzering, bouwsector.
* **Specialisaties via dochterbedrijven**:
  + *Polychim Industrie* (homopolymeer-polypropyleen, o.a. garens, tapes, tapijtruggen, spuitgietproducten).
  + *Distriplast* (100% recyclebare polypropyleen golfplaten voor borden en verpakkingen).
  + *Pinnacle Polymers* (VS) – homopolymeren en copolymeren voor extrusie, spuitgiet en vezels.

**Visie**:

De visie van B.I.G. luidt: *“Shaping sustainable living, together.”* Hiermee bedoelen ze dat ze samen met hun partners, klanten en gemeenschappen een duurzame manier van leven willen vormgeven. Op de website staat dat duurzaamheid niet zomaar een losse toevoeging is, maar echt in het DNA van het bedrijf zit. Ze willen hierin het voortouw nemen door hun ecologische voetafdruk te verkleinen, zorg te dragen voor mensen en gemeenschappen, en op een transparante manier zaken te doen. Het woord *“together”* benadrukt dat B.I.G. deze uitdaging niet alleen wil aangaan, maar in samenwerking met anderen.

**Missie**:

De missie van B.I.G. is: *“De manier waarop elke generatie leeft en werkt verbeteren.”* Dit betekent dat ze met hun vloer- en materiaaloplossingen de kwaliteit van leven en werken willen verhogen, niet alleen voor de huidige generatie, maar ook voor de toekomstige. Volgens hun duurzaamheids­pagina doen ze dit door producten te ontwikkelen die lang meegaan, gemakkelijk te repareren of te recyclen zijn, en zo bijdragen aan een circulaire economie. Verder hebben ze concrete doelstellingen opgesteld binnen hun “Route 2030”-strategie, zoals het verminderen van hun CO₂-uitstoot en het verhogen van het gebruik van hernieuwbare energie. Op die manier maken ze hun missie tastbaar en meetbaar.

**Waarde:**

Bij de uitvoering van hun visie en missie hanteert B.I.G. duidelijke waarden en principes die hun handelen richting geven. Allereerst staat **duurzaamheid** centraal: in hun strategie leggen ze sterk de nadruk op circulair denken, het verminderen van de milieu-impact en het ontwikkelen van biogebaseerde en koolstofarme alternatieven. Daarnaast vinden ze **integriteit en transparantie** belangrijk. Dit uit zich in open communicatie met klanten, medewerkers en partners, en in een eerlijke manier van zakendoen.

Ook **verantwoordelijkheid** is een kernwaarde. B.I.G. voelt zich verantwoordelijk voor de impact die ze hebben op het milieu, de maatschappij en de gemeenschappen rond hun productiesites. **Innovatie en ondernemerschap** spelen daarbij een belangrijke rol: ze blijven voortdurend vernieuwende oplossingen ontwikkelen die bijdragen aan duurzaamheid. Verder hecht het bedrijf veel belang aan **samenwerking**, wat ook in hun visie tot uitdrukking komt. Ze geloven dat echte vooruitgang alleen mogelijk is door samen te werken met klanten, leveranciers en gemeenschappen. Tot slot tonen ze ook **zorg voor mensen** door aandacht te besteden aan hun medewerkers en door te investeren in lokale gemeenschappen.

**Link tussen visie, missie en waarden**

De visie van B.I.G. (*“Shaping sustainable living, together”*) schetst een toekomstbeeld waarin duurzaam leven centraal staat en waar samenwerking essentieel is. De missie (*“De manier waarop elke generatie leeft en werkt verbeteren”*) vertaalt dit toekomstbeeld naar concrete acties: innovatieve vloer- en materiaaloplossingen ontwikkelen die bijdragen aan comfort en kwaliteit van leven, vandaag en morgen. De waarden vormen de praktische leidraad om deze missie en visie te realiseren. Door hun nadruk op duurzaamheid, innovatie, verantwoordelijkheid, samenwerking en integriteit zorgen de waarden ervoor dat de missie op een verantwoorde en geloofwaardige manier wordt uitgevoerd en dat de uiteindelijke visie stap voor stap dichterbij komt. Samen vormen visie, missie en waarden dus een logisch geheel.

**Mijn mening over de gemaakte keuze van het bedrijf**

Ik vind dat B.I.G. een sterke en overtuigende keuze heeft gemaakt door duurzaamheid centraal te zetten in zowel hun visie als missie. Het bedrijf toont aan dat dit geen loze woorden zijn, maar dat er ook concrete stappen en strategieën bestaan, zoals de “Route 2030” en investeringen in hernieuwbare energie, bijvoorbeeld door de installatie van windturbines in Kruisem. Dit maakt hun verhaal geloofwaardig en toekomstgericht. Ook spreekt het mij aan dat ze het sociale aspect benadrukken en aandacht hebben voor medewerkers en gemeenschappen. Wel merk ik dat de waarden niet altijd in een beknopte lijst worden weergegeven, waardoor ze soms verspreid in de teksten te vinden zijn. Toch is de rode draad duidelijk: B.I.G. wil op een innovatieve en verantwoorde manier bijdragen aan een duurzame samenleving. Ik vind dat een sterke en inspirerende keuze.

SWOT Analyse