



Febelgra
united in
graphics

n°02

FIRST

feb 2021

Maandelijks tijdschrift van de federatie van de Belgische grafische industrie vzw

IMPRESSION



EU-ecolabel
voor print

Prijsevolutie
papier

Bedrijfswagens
2021

editie



3

Voorwoord

4

De impact van Covid-19
op de Europese grafische industrie

7

Evolutie papierprijzen

8

Wereldfederatie Adverteerders:
voorspellingen 2021

9

Service handelsinformatie

10

Overzicht sociale coronamaatregelen

11

Bedrijfswagens: fiscaliteit in 2021

12

Herwaarderingscoëfficiënt SWT

13

EU-ecolabel

14

Snelnieuws

16

Losfeld Imprimerie

17

Activiteiten

18

Lonen en wedden
RSZ percentages
Sociale loonlast
Loonindex
Papierindex

19

Pergraphica® Natural Rough

20

Partners in creativity



First Impression is het maandelijks tijdschrift van de
federatie van de Belgische grafische industrie vzw
www.febelgra.be

Volg ons op sociale media:



www.linkedin.com/company/febelgra
www.facebook.com/febelgra
www.instagram.com/febelgra
www.twitter.com/febelgra

Redactie Ann Kestens - Kelly Ciancimino - Marisa Bortolin -
Marc Vandenbroucke

Adres Febelgra vzw, Marsveldplein 2, 1050 Brussel - T + 32 2 680 06 68 -
info@febelgra.be

Drukwerk Antilope De Bie Printing

V.U. Marc Vandenbroucke, Marsveldplein 2, 1050 Brussel - Lid van Unie
van de Uitgevers van de periodieke pers vzw

VOORWOORD

Niemand wil

‘c.r.n.’

nog horen,
maar het is er wel nog

Marc Vandenbroucke – General Manager

Wie heeft er ondertussen niet genoeg van ‘c.r.n.’? Zowel als sociaal wezen als ondernemer komt dat woord ons inmiddels de strot uit.

Hoop was en is er door de aangekondigde vaccinatiestrategie. Maar deze verandert iedere dag en we stellen vast dat onze overheden geen strak plan of afspraken hebben voorbereid in de voorbije maanden. Dit voedt een bepaalde onzekerheid die wij allen kunnen missen.

Wij moeten echter verder met hoop en uitzicht op ‘licht aan het eind van de tunnel’.

Geen eenvoudige opgave, maar onze sector is door de jarenlange klappen veerkrachtig en heeft een

globale productfolio die nooit zal verdwijnen. Wij geloven dat boeken in belang zullen toenemen; dat alle communicatiepartners willens nillens zullen erkennen dat print marketing het meest efficiënt is; dat het ruimer publiek terug de waarde van een krant of (vak-)tijdschrift zal erkennen.

D. Trump en vele anderen hebben reeds bewezen dat zij met sociale/ digitale media een enorme flow kunnen teweeg brengen, maar weinigen onder hen zijn erin geslaagd dit ook duurzaam te maken.

Ook Ikea koos inmiddels de digitale weg en schrapte (deels) hun iconische catalogoog. Maar ook hier moet nog bewezen worden dat dit een betere verkoop zal ondersteunen. Nog maar

4 jaar geleden was Ikea op sociale media bijzonder fier op hun (print) catalogoog...

Wij kunnen met onze ruime grafische sector, gaande van creatieve ontwerpers, en alle vormen van offset-rotatie-digitale-sign drukkerijen, tot kwalitatieve afwerkbedrijven het verschil blijven maken.

Eerst moeten we echter door deze hallucinante crisis raken en moeten de overheden tot zolang cruciale maatregelen op het vlak van personeel, overbruggingsrecht, ondernemingskredieten, etc... verlengen.

Het ‘nieuwe normaal’ mag beslist niet inhouden dat deze noodzaak wordt genegeerd!

Impact van COVID-19 op de Europese grafische industrie

In de vorige editie van de First Impression presenteerden we u de resultaten van de 3de sector enquête over de impact van Corona op de printmediasector in België. Deze maand gaan we dieper in op hoe de grafische industrie in Europa Covid-19 heeft getrotseerd. We focussen hierbij vooral op de situatie bij onze belangrijkste handelspartners.

Om tenslotte te eindigen met maatregelen die nodig zijn om de printproducten te vrijwaren.

ALGEMENE SITUATIE

De toestand van de grafische industrie is nauw verbonden met de economische heropstart. Zolang de volledige terugkeer naar het 'normaal' nog niet is ingezet blijft de vraag naar printproducten zoals voorheen nog achterwege. En worden reeds gekende problemen nog acuter: orderportefeuilles worden niet gevuld, bestellingen worden op korte termijn geannuleerd en volumes van publicaties worden verminderd of zelfs stopgezet. Zo lag de omzet in de printsector in april 2020 b.v. 30% onder het niveau van april 2019. En ook eind 2020 rapporteren 80% van de printbedrijven in Nederland nog steeds een daling van de orders en omzet. Uit een onderzoek dat de Duitse drukkersvereniging (bvdv) in november heeft uitgevoerd, blijkt dan weer dat de Duitse drukkers voor 2020 een totale omzetsdaling van meer dan 25% verwachten. (cfr. tabel op volgende pagina)

Een aanzienlijk deel van de industrie is afhankelijk van overheidssubsidies om deze periode door te komen.

De marktvraag

De reclame-inkomsten van kranten zijn gedaald en er zijn slechts kleine tekenen van herstel te zien. Zo verliest men in Frankrijk 1/3 van zijn

reclame-inkomsten voor tijdschriften en kranten.

De verkoop van kranten en tijdschriften werd tijdens de 1ste golf hard getroffen door de sluiting van veel krantenkiosken en het verbod van gratis kranten om gezondheidsredenen. Dit werd gecompenseerd door een stijging van het aantal digitale abonnementen voor nieuws en andere media.

Toch kende men in Duitsland een toename van 13,1% in de productie van kranten. Waarschijnlijk om de reden die consumentenonderzoeken aantonen: dat de traditionele media de meest betrouwbare bron van informatie zijn - met name voor updates over het virus.

Het commercieel drukwerk, goed voor 70% van de omzet van grafisch drukwerk, is de markt die het meest wordt bedreigd. Het succes van deze sector is dan ook nauw verbonden met de detailhandel, de horeca en de evenementensector. De verpakkingindustrie blijkt het meest veerkrachtig te zijn door een toegenomen vraag naar o.a. multipacks en langer houdbare artikelen. En het segment print en sign (met o.m. de bewegwijzering met borden om sociale afstand aan te geven, stands voor handreiniging en stickers voor preventie en veiligheid) doet het goed. (vervolg op pag. 6)

We zien een negatieve index in de omzet van de printindustrie voor de meeste Europese landen, exclusief een aantal landen uit Oost-Europa (Hongarije, Roemenië en Letland)*. De UK is de grootste verliezer in Europa.

Tabel Omzet printindustrie Bron: Eurostat

Index van de omzet voor print en reproductie van opgenomen media

De index toont de veranderingen t.o.v. het vastgelegde referentiejaar 2015

Omzet index (2015=100) (aangepast volgens seizoen en kalender)	September 2020 index	% verandering Sept 2020/ Sept 2019	% verandering Sept 2020/ Sept 2018	% verandering 3Q 2020/ 3Q 2019
Austria	77,1	-13,3%	-16,6%	-17,5%
Belgium	88,8	-6,9%	-11,7%	-13,4%
Bulgaria	97,2	-8,9%	-1,8%	-13,1%
Czechia	102,1	-10,9%	-8,4%	-10,1%
Denmark	88,0	-7,7%	-10,1%	-12,8%
Estonia	92,4	-10,1%	-13,2%	-13,0%
Finland	74,9	-11,4%	-17,1%	-14,8%
France	85,0	-10,9%	-11,6%	-18,1%
Germany	78,1	-12,8%	-20,4%	-14,8%
Greece	94,8	-5,6%	-2,4%	-7,7%
Hungary	107,9	-4,6%	2,8%	-2,7%
Italy	92,4	-12,7%	-8,4%	-15,5%
Latvia	122,1	3,2%	8,2%	-2,9%
Lithuania	112,6	-7,0%	-1,3%	-8,3%
Netherlands	78,5	-14,4%	-20,0%	-18,4%
Poland	113,1	-6,2%	-2,7%	-7,1%
Portugal	110,2	-5,1%	-3,1%	-15,7%
Romania	141,5	11,8%	23,4%	-3,8%
Spain	87,6	-8,5%	-10,5%	-15,1%
EU-27	97,1	-0,2%	-2,6%	-13,4%
Sweden	80,6	-13,4%	-15,4%	-11,5%
United Kingdom	78,7	-27,3%	-25,1%	-23,8%
Norway	75,8	-10,1%	-16,2%	-15,0%

Data niet beschikbaar voor Kroatië, Ierland, Cyprus, Luxemburg, Malta, Slowakije, Slovenië en Zwitserland.

*De zeer ongelijke kostenstructuur (vooral op het vlak van loonkosten) zal hier mee te maken hebben.



We moeten blijven strijden tegen de regulatie van de opt-in voor ongeadresseerde reclame.

Ondanks een dramatische daling van 95% in de boekenverkoop bij de start van de 1ste golf, kende men al snel een kentering door de heropening van de winkels en de “digitale vermoeidheid” van de consument. De verkoop van stripboeken kende een recordhoogte en kinderboeken en -tijdschriften bleken nog steeds populair.

FINANCIERING

Er wordt verwacht dat fusies en overnames zullen toenemen, omdat cash-rijke bedrijven weer willen groeien en uitbreiden. Commerciële drukkerijen verwachtten dan weer een golf van faillissementen wanneer de meeste overheidsfinanciering in heel Europa zal stoppen.

In Nederland heeft alvast 32,6% van de bedrijven een beroep gedaan op bijzondere maatregelen voor belastinguitstel.

En in Bulgarije waar de 1ste maanden van de pandemie verschrikkelijk moeilijk waren, met een productievolume daling van 70% heeft de overheid de 60/40 regel ingeroepen. Dit betekent concreet dat om het loon (100%) van de werknemer te waarborgen, de overheid 60% bijpast op de 40% die reeds door de werkgever wordt betaald.

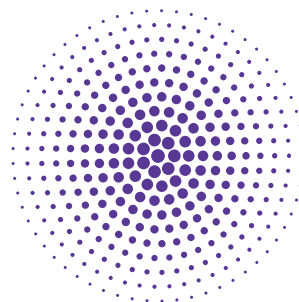
MAATREGELEN OP EUROPEES VLAK, DIXIT INTERGRAF

Op EU-niveau moet de Europese Commissie ervoor zorgen dat de lidstaten geen discriminerende wetten tegen gedrukte reclame invoeren. Zo moeten we blijven strijden tegen de regulatie van de opt-in voor ongeadresseerde reclame.

In de grafische sector dienen we nog meer in te zetten op duurzaamheid en de circulaire economie. En steunen we de Commissie in haar streven om de niet ‘groene oplossing’ van het digitale (hoog energieverbruik en e-afval) aan te pakken.

Ook benadrukt Intergraf dat het belangrijk is om drukwerk (CN 49) op te nemen in de EU-Houtverordening. Dit zal zorgen voor een gelijk speelveld ten opzichte van de invoer uit derde landen en bijdragen aan de bestrijding van het op de Europese markt brengen van gedrukte producten die illegaal gekapt hout bevatten.

En tenslotte is het ook belangrijk dat de Europese Commissie de grafische industrie steunt, door ervoor te zorgen dat de mythes over infectierisico op print producten verdwijnen of gecheckt worden.



Bron: Newsflash Intergraf - januari 2021

ECONOMISCH



Evolutie papierprijzen (januari 2021)

Hierna vindt u een samenvattend overzicht van de laatste evoluties van de papierprijzen op Europees niveau.

1. De pulp prijzen

De prijs van Bleached Hardwood Kraft Pulp is in november 2020 verder gestegen (+6% op jaarbasis). Voor het nieuwe jaar worden verdere stijgingen van de pulpprijzen verwacht,

aangezien de verwachtingen zijn dat het verbruik zal toenemen - ook voor grafisch papier -, de beschikbaarheid zal afnemen, en de tweede Covid-19 golf niet al te veel invloed zal hebben op de papiermarkt.

2. Recycleerbaar papier (gesorteerd gemengd papier en karton)

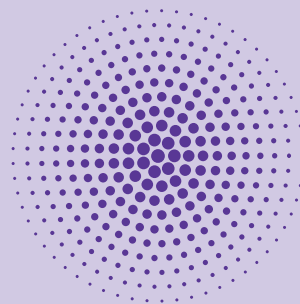
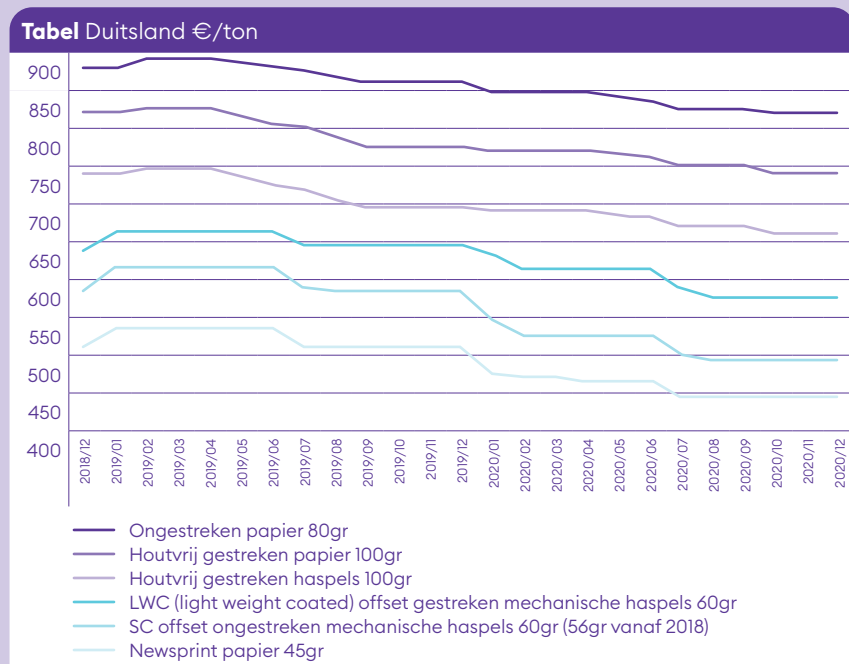
De prijzen van oud papier zijn sinds september opnieuw fors gestegen.

De prijzen voor december 2020 liggen in Europa gemiddeld vijf keer hoger dan in december 2019 als gevolg van de pandemie, maar ook van de toenemende onzekerheid over het beleid inzake oud papier van China en de toenemende kwaliteitseisen op bepaalde markten.

3. Prijzen grafisch papier (zie tabel)

De prijzen voor grafisch papier zijn in december stabiel gebleven. Tijdens de tweede Covid-19 in Europa heeft de vraag naar grafisch papier tot nu toe minder te lijden gehad dan tijdens de eerste golf.

Bron: PPI Europe Fastmarkets RISI - Intergraf



Voor meer info: contacteer marc.vandenbroucke@febelgra.be

Het WFA deelt zijn voorspellingen voor 2021



De Wereldfederatie van Adverteerders (WFA) communiceert zijn voorspellingen voor 2021, maar blikt nog even terug op de ontwikkelingen in 2020.

2020 is zeer moeilijk geweest voor adverteerders. Naast het pauzeren van of het uitstellen van campagnes in het begin van de pandemie, heeft men ook de reclameboodschappen moeten aanpassen, rekening houdend met het nieuwe 'normaal'. En bestaande trends (zoals het digitale) zijn versneld. In hun voorspellingen voor 2021, benadrukt de WFA 5 trends gedreven door externe krachten en 5 trends gedreven door de industrie.

De vijf trends gedreven door externe krachten zijn:

1. Meer aandacht voor duurzaamheid

Zo suggereert men onder meer dat reclame moet worden 'gecontroleerd' voor het bevorderen van o.a. consumentisme en materialisme. In 2021 zal de WFA samen met Project Everyone, de mensen achter de UN Sustainable Development Goals, werken aan een belangrijk nieuw onderzoek.

2. De privacygolf rolt verder uit

Nieuwe privacywetten, sterk beïnvloed door de GDPR, worden van kracht in sommige van 's werelds grootste advertentiemarkten waaronder India, China en de VS. Deze verschillen in wetten betekent dat we een zeer gefragmenteerd privacylandschap zullen zien. Maar het is niet alleen een kwestie van regelgeving: de beslissingen van technologie bedrijven (Apple,

Microsoft, Facebook,...) om het verzamelen van gegevens op hun browsers of apparaten te beperken vereisen dat adverteerders hun datastrategieën overdenken en de industrie zien verschuiven in de richting van de 'cookie-loze' toekomst.

3. Grote technologie bedrijven (Microsoft, Apple, Amazon,...) onder de reglementering

De EU bereidt regels voor om de platforms verantwoordelijker te maken voor schadelijke online-inhoud en de marktmacht van de platforms te beteugelen door hen te dwingen meer gegevens te delen.

4. Regelgevers worden serieus als het gaat om gegevens van kinderen

In 2019 & 2020 werden zowel YouTube als TikTok en Instagram bestraft met boetes voor vermeende inbreuken op de privacy van kinderen. YouTube, het #1 kijkplatform van kinderen, heeft fundamenteel zijn praktijken van de gegevensverzameling herzien wanneer jonge kinderen kijken om de regelgevers van de V.S. tevrede te stellen. 2021 zal een test worden.

5. Beperkingen en/of verbod van ongezonde voeding

Dankzij Covid-19 is de wereld meer 'gezond bewuster' geworden en verwachten we dan ook meer controles, beperkingen en/of verbod van uitzendingen of online-inhoud over ongezond voedsel, alcohol en tabak.

En de vijf trends vanuit de industrie luiden:

6. Industrie als vertegenwoordiger van de consument

De industrie moet zichzelf een spiegel voorhouden in 2021. Als ze werkelijk representatief kan worden voor haar consumenten, zou ze uiteindelijk een krachtige bron kunnen zijn voor positieve veranderingen in het bevorderen van een meer inclusieve samenleving.

7. Meer flexibiliteit

2021 kan getuige zijn van een verhoging in minder starre werkstructuren en getransformeerde werkruimtes.

8. Opwaardering van e-commerce

Door de covid-situatie zijn meer mensen hun aankopen online gaan doen dan voorheen. Als reactie daarop zullen marketingteams bij de meeste bedrijven trachten hun digitale markt te versterken en meer middelen inzetten voor creatievere online winkelvaringen.

9. Datagestuurd maar breder gericht

In 2021 zal er een voortdurende verschuiving plaatsvinden tussen een groter bereik en een focus op de kwalitatieve ervaring van de consument.

10. Wisselwerking tussen klant en agentschap

2021 zal het jaar zijn waarin de klant en de agentschappen zich richten op het echt samenwerken aan wederzijds vertrouwen, prestaties en groei om de financiële gezondheid te vrijwaren.

Bron: wfanet.org

DIENST



Service handelsinformatie

Risico's nemen hoort bij het ondernemen. In een B2B omgeving is het bijna onmogelijk om te werken zonder krediet te verlenen en betalingstermijnen toe te staan.

U drukt of levert een grafische dienst voor uw klant, en rekent erop dat hij snel zal betalen. Maar is dat vertrouwen in uw klant wel altijd wel verantwoord? Slim ondernemen houdt ook in dat men goed geïnformeerd moet zijn over de algemene en financiële positie van zijn (potentiële) klanten.

Uw ondernemingsrisico kan worden ingeperkt door te beschikken over de juiste financiële en handelsinformatie.

Via de website van de Nationale Bank van België www.nbb.be kan u gratis de jaarrekening van uw handelsrelatie opvragen op basis van het ondernemingsnummer. Nadeel: het gaat hier om een momentopname, beperkt tot financiële gegevens van meestal een tijdje geleden.

Maar: de (hernieuwde) service 'Handelsinformatie' van Febelgra helpt u beter!

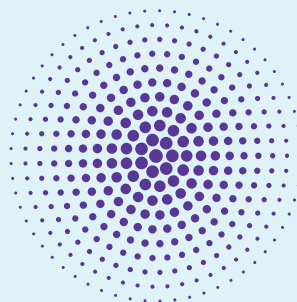
Febelgra kan via de samenwerking met Creditsafe discreet volgende informatie verstrekken over uw handelsrelatie:

1. een **samenvattend** handelsrapport (gratis service)
2. een **volledig** handelsrapport met extra bedrijfsinformatie, KPI analyses, risico scores, etc... (betalende service met belangrijk ledenvoordeel)
3. een samenvattend of volledig handelsrapport met **monitoring** van het bedrijf. Door dit laatste blijft u gedurende 1 jaar permanent op de hoogte van de kredietwaardigheid van uw handelsrelatie. Indien zich dus wijzigingen voordoen, wordt u aansluitend op de hoogte gehouden (betalende service met belangrijk ledenvoordeel)

Alle verdere details i.v.m. dit aanbod vindt u op het daartoe bestemde bestelformulier.

Het bestelformulier kan u telefonisch of via mail aanvragen.

Het is ook beschikbaar op www.febelgra.be/nl/diensten/commercieel



Voor meer info: contacteer marc.vandenbroucke@febelgra.be

Overzicht sociale coronamaatregelen



‘Corona’ hangt u wellicht- onder- tussen – de keel uit en wij hopen uiteraard ook dat deze periode snel achter de rug is. Toch willen wij u een overzicht geven van de sociale coronamaatregelen die in 2021 nog lopende zijn.

1. Tijdelijke werkloosheid wegens overmacht Corona

Sinds 01.10.2020 was het opnieuw mogelijk voor alle bedrijven én zowel voor arbeiders als bedienden, tijdelijke werkloosheid wegens overmacht Corona aan te vragen. Deze maatregel loopt nog tot 31.03.2021. Momenteel is er nog geen duidelijkheid of deze maatregel al dan niet verlengd zal worden.

Voor tijdelijke werkloosheid wegens overmacht geldt de vereenvoudigde procedure (geen mededeling naar de RVA en geen maandelijkse C3.2A formulier aan uw werknemer bezorgen). De schorsing kan volledig of gedeeltelijk aangevraagd worden en er dient geen rekening gehouden te worden met de specifieke regels van het PC 130.

Indien uw medewerker in quarantaine moet of afwezig is wegens opvang van zijn/haar kind door sluiting van de kinderopvang of school, kan er ook tijdelijke werkloosheid wegens overmacht corona aangevraagd worden. Opgelet, wanneer een medewerker terugkomt uit een rode zone én de reisbestemming was reeds rood voor zijn/haar vertrek, zal er geen tijdelijke werkloosheid wegens overmacht corona kunnen aangevraagd worden voor de quarantaine.

2. Verlenging duur van sommige cheques

De geldigheidsduur van volgende cheques wordt verlengd:

- Elektronische maaltijdcheques, ecocheques en cadeaucheques die in november en december 2020 en januari, februari en maart 2021 aflopen, worden met 6 maanden verlengd.
- Consumptiecheques worden verlengd tot 31/12/2021.

3. Telewerk

Telewerk is nog steeds verplicht tot 01.03.2021. Indien telewerk onmogelijk is omwille van de aard van de functie of de continuïteit van de bedrijfsvoering voor (sommigen van) uw werknemers dienen zij nog steeds in het bezit te zijn van een werkgeversattest.

4. Overbruggingsrecht

In 2021 is het nieuwe overbruggings-systeem gebaseerd op 3 pijlers, nl.:

De eerste pijler geldt voor de zelfstandigen die hun activiteit hebben moeten onderbreken:

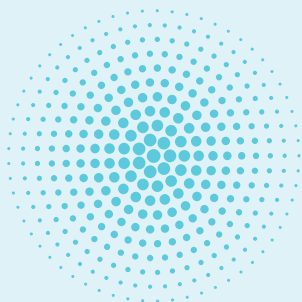
Zij kunnen in januari en februari beroep doen op het dubbel overbruggingsrecht (3.228,20 EUR voor een zelfstandige met gezinslast – 2.583,38 EUR voor een alleenstaande zelfstandige).

De tweede pijler geldt voor alle andere zelfstandigen die economisch zwaar getroffen zijn door de Covid-19-crisis:

Voor hen zijn de toekenningsvoorwaarden van het crisis-overbruggingsrecht (1.614,10 EUR voor een zelfstandige met gezinslast – 1.291,60 EUR voor een alleenstaande zelfstandige) in februari dezelfde als in januari, nl. een omzetsdaling van 40% aantonen tijdens de kalendermaand die voortvloeit uit de maand waarvoor de uitkering wordt gevraagd in vergelijking met dezelfde kalendermaand in het vorige referentiejaar. Voorbeeld: indien u een overbruggingsuitkering aanvraagt voor de maand februari 2021, moet uw omzet van januari 2021 (voorgaande kalendermaand) 40% lager liggen dan uw omzet in januari 2020 (zelfde kalendermaand in het vorige referentiejaar).

De derde pijler geldt in geval van quarantaine of opvang van een kind:

Indien de zelfstandige zijn activiteit voor minstens 7 opeenvolgende kalenderdagen volledig moet onderbreken omdat hij in quarantaine moet of omdat zijn kind (jonger dan 18 jaar) niet naar een kinderopvang/school kan of omdat hij moet zorgen voor een kind met een handicap die ook niet naar de opvang kan, heeft hij recht op het crisis-overbruggingsrecht.



Bedrijfswagens: fiscaliteit in 2021

We hebben allemaal via verschillende kanalen mogen vernemen dat de bedrijfswagens vanaf 01.01.2021 veel duurder worden. De aanpassing van de CO₂-referentiewaarden maakt de bedrijfswagens een stuk duurder.

Met welke elementen wordt er rekening gehouden bij de berekening van het VAA (voordeel alle aard)? Hoe wordt het VAA juist berekend? Wat verandert er precies vanaf 2021? Wij trachten u hier meer duidelijkheid over te geven!

Welke elementen van het voertuig worden in rekening genomen bij de berekening van het VAA?

- De **catalogusprijs** van het voertuig in nieuwe staat inclusief opties en BTW, exclusief kortingen. In de formule wordt vervolgens rekening gehouden met 6/7 van de cataloguswaarde.
- De **CO₂-waarde**
- De **leeftijd**
- De **brandstof**

En hoe wordt dit vertaald naar de formule voor de berekening van het VAA?

In de formule wordt er ook nog rekening gehouden met wat volgt:

- De **CO₂ referentiewaarden**: bedragen in 2021 102gr voor benzine-wagens vs. 111gr in 2020 en 84gr voor dieselwagens vs. 91gr in 2020. **Deze referentiewaarden liggen veel lager dan in 2020 waardoor het voordeel alle aard ook zal stijgen.**
- De **CO₂-coëfficiënt** van 5,5% die kan wijzigen indien:
 - De CO₂-uitstoot van het voertuig **hoger** ligt dan de referentie-uitstoot: de coëfficiënt zal met 0,1% per gram CO₂ verhogen met een max. van 18%.
 - De CO₂-uitstoot van het voertuig **lager** ligt dan de referentie-uitstoot: de coëfficiënt zal met 0,1% verlagen per gram CO₂ tot een minimum van 4%.
- De **leeftijdscoefficiënt** van het voertuig. (cfr. tabel 1)

Dat resulteert in volgende **formules**:

- Diesel: catalogusprijs x [5,5 + ((CO₂ - 84)x0,1)]% x 6/7 x leeftijdscoefficiënt
- Benzine en LPG: catalogusprijs x [5,5 + ((CO₂ - 102)x0,1)]% x 6/7 x leeftijdscoefficiënt
- Elektrisch/waterstof en 'echte' plug-in hybride: catalogusprijs x 4% x 6/7 x leeftijdscoefficiënt

We lichten toe aan de hand van enkele concrete voorbeelden voor diesel en benzine: (cfr. tabel 2)

We ondervinden bijgevolg een forse stijging van gemiddeld 8,63% van het voordeel alle aard in de vergelijking tussen 2020 en 2021 met als datum eerste inschrijving

01.01.2020 ondanks de verlaagde leeftijdscoefficiënt.

Fiscaal verworpen uitgaven voor de werkgever?

Fiscaliteit heeft in casu niet alleen betrekking op de eindgebruiker (de werknemer). Ook de werkgever komt tussenbeide via de verworpen uitgaven.

Als de werknemer zelf de brandstof betaalt voor zijn privé verplaatsingen, bedragen de verworpen uitgaven 17 %.

Komt de werkgever tussen in de kost van de brandstof voor privé verplaatsingen, dan bedragen de verworpen uitgaven 40%.

Tabel 1 Leeftijdscoefficiënt van het voertuig

Verstreken periode sinds 1 ^{ste} registratie*	Leeftijdscoefficiënt van de wagen
0 tot 12 maanden	1
13 tot 24 maanden	0,98
25 tot 36 maanden	0,88
37 tot 48 maanden	0,82
49 tot 60 maanden	0,76
meer dan 60 maanden	0,7

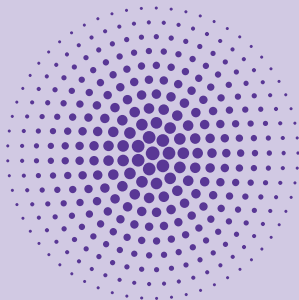
*een begonnen maand telt als een volledige maand

Tabel 2 Voorbeelden diesel en benzine

	2020 1 ^{ste} inschrijving 01/01/2020	2021 1 ^{ste} inschrijving 01/01/2020	2021 1 ^{ste} inschrijving 01/01/2021
Audi A3			
Cataloguswaarde:	€ 30.000		
CO ₂ :	105		
Brandstof:	benzine	VAA € 1.360,00	€ 1.401,94
			€ 1.491,43
Cataloguswaarde:	€ 30.000		
CO ₂ :	99		
Brandstof:	diesel	VAA € 1.620,00	€ 1.692,00
			€ 1.800,00
BMW 3-reeks			
Cataloguswaarde:	€ 42.000		
CO ₂ :	135		
Brandstof:	benzine	VAA € 2.844,00	€ 2.977,92
			€ 3.168,00
Cataloguswaarde:	€ 42.000		
CO ₂ :	105		
Brandstof:	diesel	VAA € 2.484,00	€ 2.571,84
			€ 2.736,00

SWT

Herwaarderings- coëfficiënt bedrijfs- toeslag vanaf 01.01.2021



Voor meer info:



contacteer

marisa.bortolin@febelgra.be

Jaarlijks bepaalt de Nationale Arbeidsraad of de bedrijfstoeslag (aanvullende vergoeding) en het grensbedrag van het referteloan voor SWT moet aangepast worden met een coëfficiënt.

Het bedrag van de bedrijfstoeslag bij SWT wordt vastgesteld op het moment dat de werknemer in het stelsel stapt. Van zodra het bedrag is vastgesteld, kan het nog enkel wijzigen door indexering (aanpassing aan de evolutie van de index van de consumptieprijs) en door de hiervoor genoemde herwaardering.

Om te vermijden dat de werknemers die in de loop van het jaar in SWT gaan een dubbele aanpassing zouden genieten, voorziet de CAO 4 verschillende herwaarderingscoëfficiënten die moeten toegepast worden afhankelijk van de maand waarin de bedrijfstoeslag berekend wordt.

De Nationale Arbeidsraad heeft op de vergadering van 15 december 2020 de CAO nr. 17/40, de volgende vier coëfficiënten vastgesteld in functie van de evolutie van de regeringslonen:

- **1,0032** voor de bedrijfstoeslag die berekend werd op basis van het referteloan dat **voor januari 2020** van kracht was
- **1,0024** voor de bedrijfstoeslag berekend op basis van het referteloan voor de maanden **januari, februari of maart 2020**

- **1,0016** voor de bedrijfstoeslag berekend op basis van het referteloan voor de maanden **april, mei of juni 2020**
- **1,0008** voor de bedrijfstoeslag vastgelegd op basis van het referteloan voor de maanden **juli, augustus of september 2020**

Wanneer de bedrijfstoeslag berekend wordt op basis van het loon voor de maand **oktober, november of december 2020 is er geen coëfficiënt** die moet toegepast worden.

Referteloan voor de berekening SWT – 01.01.2020

Het plafond van de brutobezoldiging waarmee men rekening moet houden voor het bepalen van het netto referteloan en dus voor het berekenen van de bedrijfstoeslag is vastgelegd op **4.179,43 EUR** vanaf 01.01.2021.

Terugbetaling door het Febelgra Fonds

De kost van de bedrijfstoeslag en de decava (RSZ bijdragen) kan men recuperen bij het Febelgra Fonds tot een maximumbedrag.

Bij een indexering of herwaardering van de bedrijfstoeslag wordt het bedrag van de maximum terugbetaling eveneens aangepast.

Het maandelijks plafond (bedrijfstoeslag + Decava) bedraagt 480,96 EUR per maand, of 1.442,89 EUR per kwartaal sinds 1 januari 2021.

MILIEU

EU-ecolabel

Intergraf publiceert gids over het nieuwe EU-ecolabel voor gedrukte producten

De Europese Commissie heeft een besluit aangenomen tot vaststelling van nieuwe criteria voor een EU-milieukeurmerk voor bedrukt papier, briefpapier en papieren draagtassen. Daardoor is het toepassingsgebied van het ecolabel uitgebreid. Maar verpakkingen, etiketten en materialen die in contact komen met voedsel vallen hier niet onder.

Intergraf nam deel aan deze herziening en heeft er mede voor gezorgd dat de aanvragers nu ook een vergunning voor een productlijn (groep van producten) kunnen krijgen. En niet alleen voor één enkel product. In het algemeen wordt het EU-milieukeurmerk toegekend aan een product waarvan de specificaties in de loop van de tijd niet zullen veranderen.

Het label wordt toegekend aan duurzaam ontworpen producten die voldoen aan 10 strenge milieucriteria die zowel productspecifiek (substraat, recycleerbaarheid) als fabrieksspecifiek (emissies, afval, energie) zijn. En stelt zo Europese drukkers in staat om de milieuprestaties van hun producten en processen aan te tonen en te promoten.

De gids geeft een overzicht van het EU-milieukeurmerk van toepassing op gedrukte producten, een beschrijving van de aanvraagprocedure en de lijst van criteria waaraan men dient te voldoen.

Leden kunnen deze gids aanvragen bij ann.kestens@febelgra.be



SNELNIEUWS

Intergraf promoot de grafische industrie


11 FEBRUARI VAN 11 TOT 12U30**WEBINAR VAN INTERGRAF OVER BOEKEN 'SHAPING THE FUTURE OF BOOKS'**

De lockdowns in 2020 hebben velen van ons nog sterker doen herinneren aan het belang van gedrukte boeken. Boek expert en voormalig Intergraf voorzitter Havard Grjotheim zal de laatste ontwikkelingen over het boek bespreken. Ook zal er een tipje van de sluier worden opgelicht over het 'Europese markt rapport' van het onderzoeksinstituut Smithers.

Inschrijven kan nog via volgende link: www.app.livestorm.co/intergraf/shaping-the-future-of-books-2021

WWW.PRINTYOURFUTURE.EU

Deze website van Intergraf is nu online. Dit 'Printyourfuture' project heeft als doel te helpen bij het aantrekken van jong personeel voor de drukkerijsector. De Europese grafische industrie staat namelijk voor een dubbele uitdaging: het aantrekken van een nieuwe generatie in de sector en ervoor zorgen dat er passende studies op het gebied van beroepsonderwijs en -opleiding worden gegeven, zodat deze nieuwe aanwervingen de zeer noodzakelijke technische vaardigheden die nodig zijn in een voortdurend veranderende

technologische en digitale omgeving kunnen verwerven.

De website presenteert het profiel van de Europese grafische industrie, evenals de veel verschillende soorten banen die beschikbaar zijn in onze sector.

Later zal de website ook video's, foto's en getuigenissen tonen van mensen die in onze sector werken. Als ook de resultaten van 4x Jonge Werknemersdagen die zullen plaats vinden in heel Europa in 2021 meedelen. Daarnaast werkt men ook aan een toolkit voor het recruterend van jonge mensen voor de sector.

Ikea stopt met papieren catalogus

Na 70 jaar van publicatie zal het Zweedse concern Ikea zijn beroemde meubelcatalogus niet meer drukken. De meubelgigant ziet dat het belang van de papieren catalogus afneemt. De reden hiervoor is dat steeds meer klanten via het internet kopen.

De beslissing om te stoppen met het drukken en distribueren van de catalogus maakt deel uit van een grote digitale verschuiving bij Ikea, dat zwaar investeert in e-commerce. Het bedrijf rechtvaardigt zijn beslissing door de grote verandering in het consumentengedrag van de afgelopen jaren. Het blijkt dat consumenten steeds vaker op zoek zijn naar inspiratie op het internet en steeds vaker online kopen. "De catalogus wordt daardoor minder geraadpleegd", merkt Konrad Grüss, Managing Director van de Inter Ikea Group, op.

Eight Days a Week, Thirteen Months a Year Undercast & Stockmans Kalenders

Deze kalender is een aanklacht tegen onze huidige levensstijl. Nu Corona ons sociaal leven vrijwel volledig heeft stilgelegd, is het des te belangrijker om tijd voor jezelf en je naasten te maken. Deze kleurrijk

vormgegeven kalender geeft je elke week één extra dag en een dertiende maand er bij. Een subtiele manier om stil te staan bij hoe ieder van ons zijn tijd verdeelt en omgaat met het tekort aan tijd.



Drukkerij Van der Poorten verkozen tot klimaatambassadeur 2020



Drukkerij Van der Poorten mag zich voortaan miK Klimaatambassadeur 2020 noemen. Een online stemcampagne -met recordaantal uitgebrachte stemmen- bepaalde samen met de expertenstem van de jury (bestaande uit leden van miK -milieu-infopunt voor de kmo- en de provincie Vlaams-Brabant) de winnaar.

Met een ontstaansgeschiedenis die meer dan 70 jaar en drie generaties beslaat, is familiebedrijf Van der Poorten een gevestigde waarde in de grafische sector. Al sinds 2015 doet de drukkerij dat volledig klimaatneutraal. Een keuze waarmee ze een voorbeeld willen geven, aldus medebestuurder Filip Van Wezemaal: "Als vader van een groot gezin wil ik een propere planeet kunnen doorgeven aan de volgende generaties. Door jaarlijks onze ecologische voetafdruk te berekenen en de overvloedige CO2 te compenseren kunnen we drukwerk produceren zonder negatieve impact op het klimaat."

Maar daar stopt het niet, want compenseren is één ding, het is ook zaak die nodige compensaties te verkleinen. "Drukken doen we op papier afkomstig uit duurzaam beheerde bossen en met plantaardige inkt", legt Van Wezemaal

uit. "Dankzij de 1396 zonnepanelen op ons dak werken we bovendien met 100% groene energie. Verder is papierafval onvermijdelijk in onze branche, dus herleiden we dat tot een minimum door digitaal te printen voor kleine oplages. Op vlak van circulariteit laten we onze aluminium offset-platen recycleren tot nieuwe drukplaten."

Naast deze duidelijke inspanningen voor klimaat en milieu, heeft het familiebedrijf ook aandacht voor de sociale aspecten van duurzaamheid. Zo ondersteunen ze Eritrese huishoudens via het Paradigm project en zetten ook lokaal hun schouders onder duurzame initiatieven zoals Leuven 2030.

Drukkerij Van der Poorten is het zevende bedrijf dat de titel van Klimaatambassadeur mag dragen. Met dit initiatief wil men het belang van klimaatvriendelijk en duurzaam ondernemen onderlijnen en Vlaams-Brabantse bedrijven die hier een voortrekkersrol in spelen, in de kijker zetten.

Als Klimaatambassadeur wil Drukkerij Van der Poorten een inspiratie zijn voor andere ondernemingen in de regio én zelf blijven timmeren aan een klimaat-neutrale toekomst.



INTERVIEW



Losfeld Imprimerie (Estaimpuis)

Geschiedenis van het bedrijf

“Losfeld is een familiebedrijf, opgericht in 1935 door mijn overgrootvader”, vertelt Philippe Losfeld CEO van Losfeld Imprimerie. “Vandaag zijn we de vierde generatie. De generaties hebben elkaar dan ook snel opgevolgd. Mijn vader nam het bedrijf over op de jonge leeftijd van 22 jaar. Ik ben op 19-jarige leeftijd bij het bedrijf gekomen. Mijn zus Florence en broer Sébastien zijn mij een aantal jaren later gevolgd. Wij werken nu al meer dan 30 jaar samen.

Wij zorgen voor alle soorten communicatie: van merkidentiteit, creatie van logo's, website, catalogi,...tot bewegwijzering (gebouw, voertuig,...). 4 jaar geleden hebben wij dan ook ons dienstenaanbod uitgebreid met de aankoop van een bedrijf in bewegwijzering “FOLIO PUB”. Dit is onze sterkte vandaag.

In het begin waren we een klassieke commerciële drukkerij en in 1985 voegden we een creatieve studio toe aan de drukkerij. Dit departement heeft de weg geopend naar nieuwe markten, hoofdzakelijk in de postorder en verpakking. Het heeft ons een nieuw elan gegeven en gemaakt tot wie we nu zijn. We zijn een team van 18 mensen”.

Onze specialiteit

“Wat ons bijzonder maakt is dat we

niet alleen een drukkerij zijn, maar dat we het project van A tot Z in onze creatieve studio verzorgen. We maken de documenten aan en drukken alles onder hetzelfde dak.

Wij zijn gespecialiseerd in kleine en middelgrote oplagen en drukken in offset en digitaal. We werken hoofdzakelijk voor BtoB”.

Langs de andere kant heeft de pandemie voor een totaal andere reflex gezorgd bij onze klanten voor wat betreft de presentatie van hun producten. Velen zijn naar de digitale presentatie geëvolueerd. Ons departement heeft zich hiervoor bijgeschoold. Waardoor wij kunnen beantwoorden aan de vele vragen van onze klanten.

Opleiding

“Ik heb de drukopleiding in Saint Luc in Doornik gevolgd. Ik wilde dit al doen sinds ik klein was. Ik ben erin opgegroeid en werkte tijdens mijn vakanties in de drukkerij. Het was dan ook evident dat ik in de drukkerij zou gaan werken.

Ik heb alles ter plaatse geleerd; heb dan ook alle functies doorlopen. En daarna heb ik geïnvesteerd in managementtrainingen”.

Duurzaamheid

“We zijn voorzichtig met ons energieverbruik. We hebben fotovoltaïsche

panelen geïnstalleerd voor het elektriciteitsverbruik. En zijn FSC, PEFC en Imprim’Vert gecertificeerd.

We willen een eco-verantwoordelijke drukker zijn”.

De toekomst van uw bedrijf

“We staan open voor uitbreiding met andere complementaire bedrijven om ons dienstenaanbod te vergroten.

We concentreren ons hoofdzakelijk op de ontwikkeling van ons creatie departement. Een specialiteit waar we goed in zijn. Wij werken voor bedrijven zoals Tom&Co, Leroy Merlin en farmaceutische en medische bedrijven en anderen die de referentie zijn binnen hun sector.

Wij voelen ook de concurrentie van de online drukkers met hun lage prijzen, waarmee wij niet kunnen wedijveren. Wij richten ons dan ook op andere diensten waar het relationele en de competenties primordiaal zijn voor het verzekeren van de continuïteit van ons bedrijf”.

Wat vind je leuk aan je job

“Het is een zeer creatieve job en er is veel interactie met onze klanten. We vertrekken van een lege pagina om met een mooie realisatie te eindigen”.

Hartelijk dank aan Philippe Losfeld voor dit leuke interview.

ACTIVITEITEN



Febelgra Color management

DATUM: VOORJAAR 2021

Doorgedreven kleurenstandaardisatie en color management zijn belangrijke instrumenten voor de bedrijven in de sector van de grafische en digitale printmedia. Aangezien kleur in grote mate bepaalt hoe jouw communicatie op de lezer overkomt. Het gebruik van kleurenfoto's en andere illustraties in jouw analoog of digitaal drukwerk oefenen een grote aantrekkingskracht uit op de lezer en versterkt het gevoel van kwaliteit. Het is dan ook belangrijk om dit als bedrijf binnen het volledige productieproces zo goed mogelijk te gaan beheersen. Tijdens deze sessie wensen we de nodige praktijkkennis bij te brengen over color management. Het resultaat is kleurechtheid, kleurvastheid, kleurvoorspelbaarheid, scherpheid en diepte in de kleurenproefdruk en het definitieve drukwerk.

DIGITALE ALGEMENE VERGADERING
23 MAART 2021 - 17U

Details worden later doorgestuurd.

Febelgra i.s.m Autoriteit Persoonsgegevens

WEBINAR GDPR – PROJECT BOOST
9 MAART 2021 - VAN 9 TOT 12U

De start van de GDPR – de nieuwe Europese privacywetgeving – op 25 mei 2018 ligt al een tijdje achter ons. Het is dan ook belangrijk om deze wetgeving nog eens onder de aandacht te brengen en na te gaan hoe het staat met jouw bedrijf op het vak van GDPR-compliance. Tijdens dit

webinar zullen een aantal sprekers het GDPR vraagstuk herhalen, zullen de resultaten van het project Boost (instrumenten om GDPR-compliant te worden) worden toegelicht en tenslotte zal er ook de mogelijkheid zijn om vragen te stellen.

De link naar het webinar + volledige programma zal nog via e-mail worden doorgestuurd.

vlgc

BOPE

FILEX

**The Online
Print Generation**

**Powered by
Four Pees**

09/02
10/02
11/02
2021

UPDATE CIJFERS

Lonen en wedden

De gezondheidsindex voor de maand december 2020 bedraagt 109,88.

Arbeiders PC 130

De nieuwe afgevlakte index voor december 2020 bedraagt 107,72 en situeert zich binnen de stabilisatieschijf 104,77 en 109,01. Bijgevolg is er geen indexering in januari 2021.

Bedienden PC 200

De reële lonen worden geïndexeerd op 1 januari 2021 op basis van de volgende formule: het rekenkundig gemiddelde van de indexen van november/december 2020 gedeeld door het gemiddelde van november / december 2019. De indexatie per 01.01.2021 bedraagt 0,95%.

RSZ-percentages vanaf 01.01.2021

	ARBEIDERS			BEDIENDEN		
	Bedrijf 1	Bedrijf 2	Bedrijf 3	Bedrijf 1	Bedrijf 2	Bedrijf 3
	<10 psl	10-19 psl	≥ 20 psl	<10 psl	10-19 psl	≥ 20 psl
Basisbijdragen	19,88	19,88	19,88	19,88	19,88	19,88
Overige bijdragen	11,10	12,79	12,84	5,53	7,22	7,27
Fondsen bestaanszekerheid	1,31	1,56	1,56	0,23	0,23	0,23
Totaal WG bijdragen	32,29	34,23	34,28	25,64	27,33	27,38

De eenmalige betaling voor jaarlijkse vakantie is niet opgenomen in deze tabel.

Sociale loonlast

Arbeiders vanaf 01.01.2021	1 PLOEG		2 PLOEGEN		3 PLOEGEN	
Tijdslast 1	1,1995	19,95%	1,2912	29,12%	1,4990	49,90%
Tijdslast 2 zonder sociale lasten	0,0253	2,53%	0,0261	2,61%	0,0261	2,61%
Sociale lasten	1,5304	53,04%	1,5304	53,04%	1,5304	53,04%
Totale sociale loonlast	1,8610	86,10%	2,0022	100,22%	2,3202	132,02%

Berekeningen op basis van een bedrijf met ≥ 20 personeelsleden en loonklasse XIV. Er werd rekening gehouden met de niet doorstorting van de voorheffing van 22,80% bij ploegenarbeid.

Bedienden vanaf 01.01.2021

Tijdslast 1	1,2365	23,65%
Tijdslast 2 zonder sociale lasten	0,0882	8,82%
Sociale lasten	1,3108	31,08%
Totale sociale loonlast	1,7090	70,90%

Er werd geen rekening gehouden met de structurele lastenvermindering, de ecocheque van 250 EUR (voltijdse bediende) en de premie van 250 EUR (invoege vanaf 2016).

Loonindex

2009	01.06.2009	145,73	2013	08.10.2012	158,59	2016	01.01.2016	157,75	2019	01.08.2018	167,20
2010	01.01.2010	145,58		01.01.2013	158,63		01.04.2016	156,07		01.10.2019	168,07
	12.07.2010	148,94		01.04.2013	157,95		09.05.2016	159,31	2020	01.01.2020	170,32
2011	01.01.2011	149,04		01.10.2013	157,94	2017	01.01.2017	159,31		01.02.2020	173,68
	11.04.2011	152,11	2014	01.01.2014	157,42		08.05.2017	162,61		01.07.2020	172,89
2012	09.01.2012	155,39	2015	01.01.2015	157,17	2018	01.01.2018	163,93	2021	01.01.2021	172,94

Papierindexen

De papierindexen geven de evolutie weer van de aankoopkosten van papier, één van de voornaamste grondstoffen in de grafische nijverheid. Er worden indexen berekend voor het offset houtvrij papier, het MACO houtvrij papier en het MACO houthoudend papier. Referentiepunt zijn de aankoopkosten op 01.01.1973. De indexen van de papieren prijzen worden op die datum gelijkgesteld aan 100.

Datum	Offset houtvrij	Maco houtvrij	Maco houthoudend	Datum	Offset houtvrij	Maco houtvrij	Maco houthoudend
31.12.2020	235,92	215,12	240,01	31.07.2020	240,46	222,50	242,49
30.11.2020	236,65	216,38	240,01	30.06.2020	266,19	245,57	289,84
31.10.2020	236,65	216,38	240,01	31.05.2020	269,91	246,20	289,84
30.09.2020	235,29	217,24	240,01	30.04.2020	269,91	251,57	290,82
31.08.2020	235,06	218,36	242,49	31.03.2020	269,91	251,57	290,82

De meeste recente cijfers vindt u op onze website www.febelgra.be onder 'Diensten / Commercieel / GIL-etiket'. De auteurs, de redactie en de uitgever streven naar betrouwbaarheid van de gepubliceerde informatie waarvoor ze echter niet aansprakelijk kunnen worden gesteld.

PAPIER IN DE KIJKER



PERGRAPHICA®

Perfectie zit in de details. Daarom moet de keuze van het juiste papier de basis vormen van elk creatief druk-, publicatie- en verpakkingsproject.

PERGRAPHICA® is Mondi's nieuwste ongestreken, full spectrum designpapier. De kenmerkende tinten en unieke oppervlakken voegen contrast, diepte en textuur toe aan de ontwerpen. Met zijn 35 looks en twee oppervlaktes leent het assortiment zich perfect voor allerlei creatieve communicatie- en designprojecten. Het haptische effect en de tinten kunnen een identiteit tastbaar communiceren en een visueel of boodschap onderstrepen.

Door de perfecte bedrukbaarheid, runnability en inzetbaarheid voor zeer uiteenlopende druk- en afwerkingstechnieken, voldoen Pergraphica-designpapieren aan de meest veeleisende projectbehoefte.

Omdat wij papiermedia met al onze zintuigen ervaren, is PERGRAPHICA® Natural Rough een perfecte keuze voor diverse hoogstaande projecten zoals huisstijl, briefpapier en diverse publicaties. De interactie tussen zachte, klassieke schaduwen en een subtiel gestructureerd oppervlak brengt een zuivere, authentieke boodschap op een stijlvolle manier waardoor een haptische ervaring gegenereerd wordt.

Welke formaten en beschikbaarheid bieden we aan? Het PERGRAPHICA®

witte designgamma is beschikbaar in zowel lang- als breedlopend, op rollen en in verschillende folio- en digitale formaten (SRA3 en HP Indigo). Kortom, PERGRAPHICA® voldoet aan elk projectformaat en elke printtechnologie.

Bovendien zorgen we er met PERGRAPHICA®-designpapier voor dat u geen compromissen hoeft te sluiten op het gebied van milieuprestaties. Van het selecteren van de perfecte houtbron, het verminderen van de CO₂-uitstoot tot het verzekeren van duurzaamheid in alles wat we doen, voldoet het resultaat uitermate aan de hoogste duurzaamheidseisen en leveren we een consistent premium kwaliteitspapier.

First Impression werd gedrukt op Pergraphica Natural Rough 150 g/m².



Partners in creativity

