



Febelgra
united in
graphics

n°11

FIRST

dec 2021

Maandelijks tijdschrift van de federatie van de Belgische grafische industrie vzw

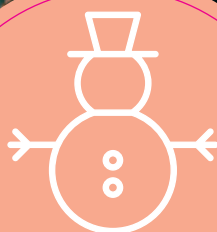
IMPRESSION

A BOOK IS A
GIFT YOU CAN
OPEN AGAIN
AND AGAIN

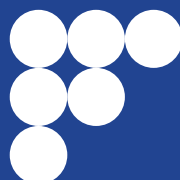


Wishing you a
MAGICAL
holiday!

22
HAPPY NEW YEAR
22



MANY CHRISTMAS
HUGS AND KISSES



Proud member

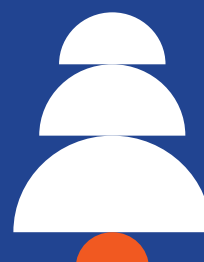
Wishing you
print and joy!



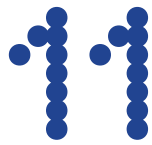
**WARM
WISHES**



STER VAN DE
AVOND



editie



2

Voorwoord

4

Lees! & Boektopia

8

Print Your Future project

10

Sectorale onderhandelingen

12

Prognose loonindexering
December afrekening
Gelijkstelling tijdelijke werkloosheid

14

D2D Impact Survey 2021

17

HP

18

Planeet Noom

19

Snelnieuws

20

Activiteiten

22

Lonen en wedden
RSZ percentages
Sociale loonlast
Loonindex
Papierindex

23

Lessebo

24

Partners in Creativity

De stickers zijn gedrukt op Jac Brilliant
80 gr./m² - white neutral permanent -
delivered by Lecta.



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

Volg ons op sociale media:



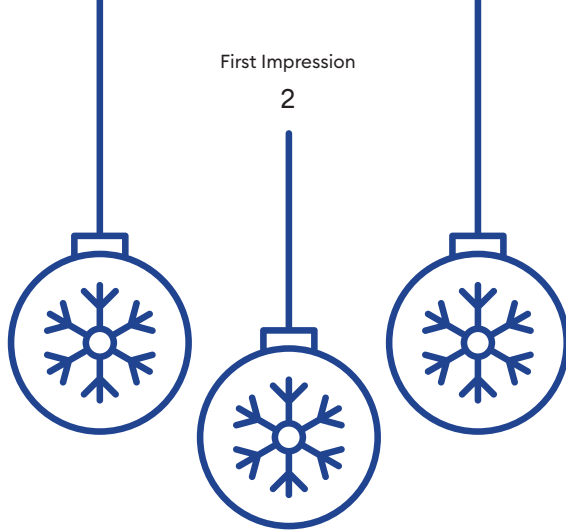
www.linkedin.com/company/febelgra
www.facebook.com/febelgra

Redactie Ann Kestens - Kelly Ciancimino - Lenneke Goessens -
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



Met Jojo lukt het niet

Maar er zijn ook nog zekerheden

26 oktober: Overlegcomité. Een uitgebreide mondkemperplicht en aanbevolen telewerk worden aangekondigd. 17 november: Overlegcomité. Vanaf nu wordt bijkomend de nadruk gelegd op o.m. de beperking van sociale contacten, maar vooral verplicht thuiswerk en daarbij dus de focus op het bedrijfsleven. Dit voor 3 weken met daarna een lichte versoepeling van 1 naar 2 dagen kantoorwerk. 26 november: opnieuw Overlegcomité. Er worden een reeks nieuwe maatregelen bekend gemaakt en de initiële vorm van verplicht thuiswerk wordt verlengd tot 4 weken...

Iedereen met gezond verstand wist reeds eerder dat de focus op het telewerk onvoldoende effectieve gezondheidswinst kan opbrengen. Onze bedrijven beseffen namelijk al veel langer het belang van preventie en passen dit ook toe. Daarom is het verkeerd hiermee het bedrijfsleven opnieuw extra te belasten en de maatregelen om de 3 weken te wijzigen, waardoor de economische onzekerheid terug toeneemt.

Bovendien lijkt het ons een illusie dat zaken na 19 december terug kunnen versoepelen.

Belangrijke evenementen en mogelijkheden om sociaal te netwerken worden opnieuw, zij het subtieler dan voorheen, aan banden gelegd. Dit met een jobbeleid dat inspeelt op het gegeven van de dag. Nu komen berichten dat men de effectiviteit van de vaccinaties heeft onderschat en dat er zelfs sprake is van een B.1.1.529 of Omikron variant, waartegen vorige vaccinaties misschien geen verhaal hebben.

Deze zaken wijzen erop dat we opnieuw een moeilijke winter tegemoet gaan, die straks niet zonder gevolgen kan blijven voor onze business. Maar we moeten optimistisch zijn en misschien wordt het nu ook tijd om te leren leven met de aanwezigheid van het virus. De epidemiologische situatie is dermate dat strengere maatregelen nodig zijn – dat kunnen we zeker niet ontkennen – maar deze moeten voortvloeien uit een samenhangend beleid, dat zo

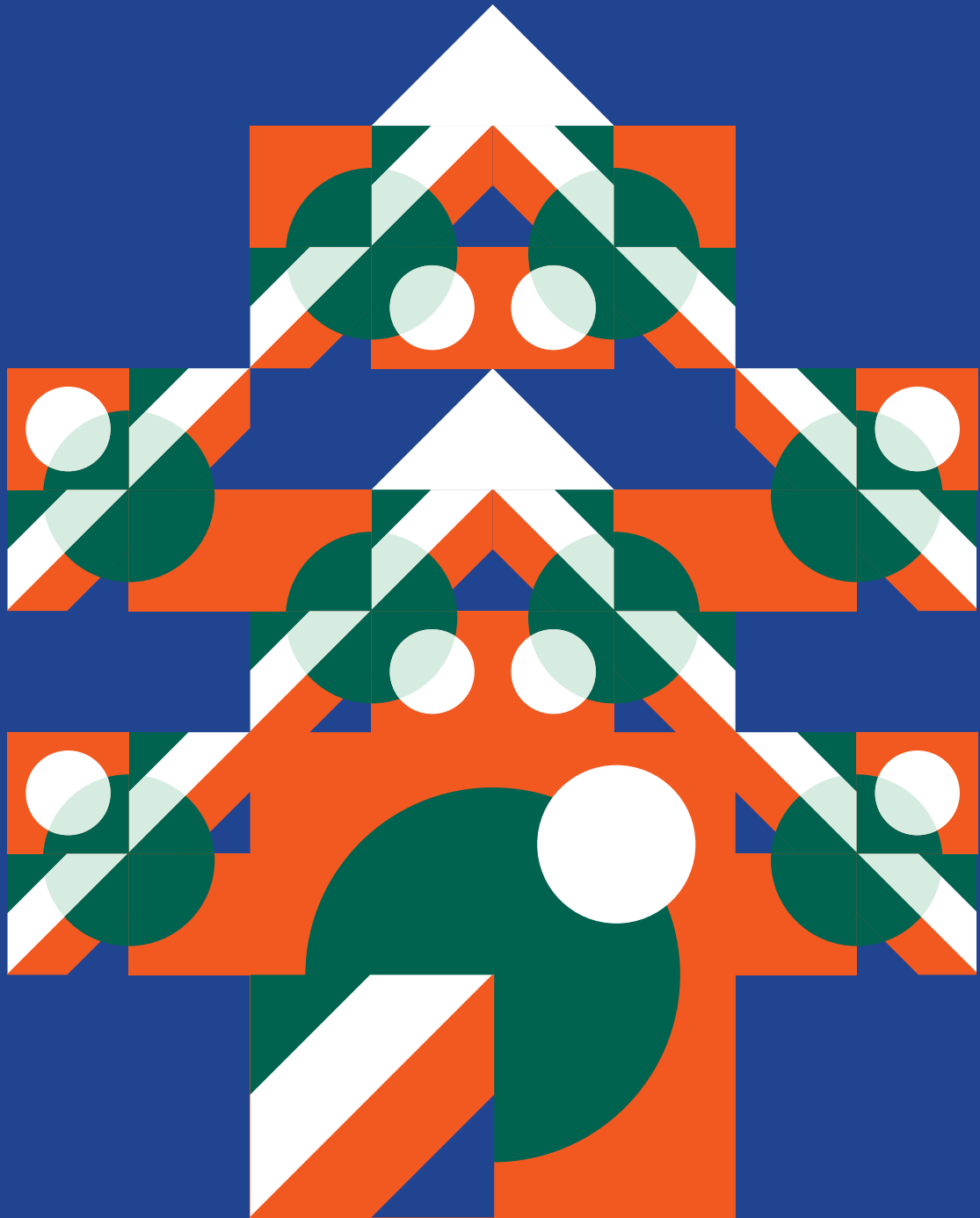
min mogelijk economische impact heeft. Nu dreigen opnieuw delen van de economie stil te vallen. In deze context lijkt het ons ook noodzakelijk dat de regering de tijdelijke werkloosheid corona nogmaals verlengt; alvast voor het eerste kwartaal 2022.

Positief nieuws is anderzijds dat wij op 17 november een sociaal protocolakkoord hebben bereikt dat voor alle partijen als constructief kan worden beschouwd. Met dank aan onze sociale partners, die ondanks dikwijls zeer tegenstrijdige belangen, zich als een faire gesprekspartner hebben opgesteld. Tot slot blijft Febelgra druk aan het werk om in 2022 campagnes uit te rollen die onze sector zullen promoten.

In die zin willen wij ons engagement en onze ambitie als een zekerheid in woelige tijden benadrukken.

Veel leesplezier !

Marc Vandenbroucke
General Manager



FIJNE FEESTDAGEN!



Lees! & Boektopia

In juli 2021 werd Boek.be, de belangenorganisatie van de Vlaamse boeken-sector en de organisator van de Boekenbeurs, failliet verklaard. Boek.be kende al lang financiële problemen, onder meer door krimpende bezoekersaantallen voor de Boekenbeurs in Antwerp Expo. Een herstructureringsplan dat eind 2019 werd voorgesteld, werd doorkruist door de coronacrisis. De afgelasting van de beurs in 2020 betekende het verlies van bijna de volledige bron van inkomsten. Het zou dit jaar de 85ste editie zijn geweest.

Slechts een paar maanden later kunnen we niet 1, maar 2 ‘vernieuwde’ boekenbeurzen aankondigen onder de naam Lees! Het boekenfestival (Antwerpen) en Boektopia (Kortrijk). In dit artikel geven we het woord aan beide woordvoerders die het ontstaan en het unieke van hun beurs toelichten. Terwijl Lees! georganiseerd wordt door uitgevers en boekhandels, is Boektopia georganiseerd door 8 uitgeverijen. Wat duidelijk naar voor kwam bij beiden is de verhoging van de beleving bij het bezoeken van de beurs.

Lees!

“Er is een essentieel verschil met de vroegere boekenbeurs en jaar na jaar zal dit duidelijker worden,” stelt Geert Briers, de organisator van Lees!. “Deze eerste editie is een pocketeditie gerealiseerd op 15 weken.” De oorspronkelijke boekenbeurs waren 4 hallen gevuld met boeken en een aantal podia waarop auteurs hun nieuwste boeken voorstelden. Lees! daarentegen valt uiteen in drie delen: de beurs, het festival en het platform. “Het verschil met vroeger is ook dat de uitgevers en boekhandels toen apart op hun eigen stand boeken

verkochten. Nu verkochten enkel de boekhandels, zoals tijdens het jaar. We hebben het volledige aanbod aan boeken gesynthetiseerd naar 8 thema’s, waarbij elk thema werd getrokken door een (thema) boekhandel. De uitgeverijen waren aanwezig met een eigen stand waarvan de boeken verkocht werden door de boekhandel en boden promotionele ondersteuning en auteursbegeleiding. Concreet betekent dit dat je als lezer niet in 4 hallen op zoek moet naar het boek dat je wenst, maar dat je kijkt per thema. Dit verhoogt meteen de kwaliteit van het bezoek,” aldus de organisatie.

Verder werd er ook meer aandacht besteedt aan de vormgeving van de standen, de presentatie van de boeken en wou men door open ruimtes een ruimtelijk gevoel creëren. Het doel is om meer te focussen op beleving. Tijdens deze editie werd dat uitgewerkt in de kinderzone met 1.450m² aan boeken. Daar waren er 8 verschillende doelactiviteiten te beleven, waaronder een voorleessessie en een wand met een grote kleurplaat doorheen het parcours van de boeken. Als kind kom je zo splendorwijs op een



aangename manier met boeken in contact. Bij de volwassenen staat deze extra beleving gepland voor volgend jaar. Het is niet enkel de bedoeling dat volwassenen door de lezingen en debatten kennis opdoen maar dat ze er ook fun aan beleven. Een bezoek aan Lees! mag ook gezellig en onderhoudend zijn. Volgend jaar wil de organisatie daarom een tweede podium toevoegen waarin op zoek gegaan wordt naar nieuwe manieren waarop auteurs de ruimte kunnen gebruiken om hun verhaal te vertellen.

“Dit jaar stond Brihang op het podium tijdens de nocturne. Hij brengt taal en muziek creatief samen en zijn teksten zouden zo kunnen worden afgedrukt in een dichtbundel. Dat is een voorbeeld van een belevingsmoment dat we voor ogen hebben, waarbij het podium zich ook niet beperkt tot het voeren van debatten. Het boek is maar één vorm van verhalen vertellen en met LEES! zullen we ons richten op

alle nieuwe manieren van schrijven, vertellen en lezen. Onze sector zoekt steeds manieren om mensen aan het lezen te krijgen, het uitroepteken is een vriendelijk aanzetten tot actie,” licht Geert Briers toe.

Lees! wil ook een platform zijn voor beginnende schrijvers. Het moet niet enkel een inspiratiebron zijn voor de bezoeker maar ook een plaats waar je als aspirant/auteur in contact komt met de sector. Met de kennis, gedrevenheid en inspiratie die ze uit de beurs putten kunnen ze aan de slag bij het schrijven van hun boek. Het moet ook een plek worden waar auteurs en creatievelingen elkaar ontmoeten. Om te komen tot nieuwe opdrachten, nieuwe manieren van het presenteren van een verhaal, technologie en innovatie gedreven.

VRT heeft als mediapartner de Boekathon dan weer naar Lees! gebracht met Tom De Cock. Waarbij hij gedurende 7 dagen om het

kwartier een andere auteur heeft geïnterviewd. Radio 1 heeft dan weer het ochtendblok in het thema boeken gestoken en ze hebben het Boekenfeest bedacht, gepresenteerd door Bent Van Looy.

Beiden werden live gestreamed op het VRT NU platform en de hoogtepunten werden de dag erna uitgezonden op Eén, goed voor meer dan 450.000 kijkers. Volgend jaar gaat de ‘full’ editie door van 29 oktober tot 6 november. Er worden nog 2 extra dagen toegevoegd met een schoolprogramma rond leesbevordering op maat van het basis en het secundair onderwijs.

Boektopia

Dat meer beleving het uitgangspunt is van de vernieuwde boekenbeurs blijkt ook duidelijk uit het gesprek met Jo Dupré, woordvoerder van Boektopia. “Dat Boektopia in Kortrijk zou worden

**Meer beleving staat
centraal op beide
beurzen.**





Foto's Boektopia: Jonas Verbeke©

georganiseerd, lag nog niet meteen vast. Er werd met verschillende steden gesproken waaronder Gent, Antwerpen en Hasselt maar begin juni werd de locatie dan vastgelegd. Kortrijk bleek de meest valabele kandidaat, omwille van de zeer goede venue en een betere ligging - dicht bij de autosnelweg - en het enthousiasme van de stad en provincie. Dit betekende ook meteen een duidelijke breuklijn met de vorige boekenbeurs."

Met Boektopia wil de organisatie een nieuwe visie inslaan, weggaan van de oude boekenbeurs door meer beleving, vernieuwing, verjonging en digitalisering. Deze nieuwe visie werd destijds ook al ingezet door Boek.be met de organisatie van de boekenmarathon in 2020.

"We hebben ingezet op beleving en hebben zo zowel families als kinderen aangetrokken. Er werden meerdere belevenisparcours ingelast om op een andere manier een boek (non-fictie) voor te stellen en er hingen

tv-schermen waarop een auteur of bekende Vlaming een stuk voorlas uit een boek. Op andere tv-schermen werden nieuwe titels voorgesteld en er was een fotomuseum rond het thema lifestyle. Aan de kasten hingen ook rarara-vragen over een boek.

Als je dacht dat je het boek kende mocht je de kast dan opendoen om te ontdekken of je juist was. Op een interactief crimi-parcours kon je sleutels zoeken waarna je met de gevonden sleutels een puzzel diende op te lossen. Als beloning kreeg je dan een pakket met alle crimi-titels die in het parcours werden voorgesteld. Kinderen konden zich uitleven tijdens de activiteit: 'hoe leer ik mijn stripheld tekenen?', deze kon op veel belangstelling rekenen."

Naast de gebruikelijke lezingen van auteurs, waren er ook debatten tussen auteurs van verschillende uitgeverijen, en stonden ook nog muzikale voorstellingen tot en met een halve musical op het programma.

De boekenmarathon werd overgenomen van Boek.be. Elk kwartier werd een nieuwe titel voorgesteld; 32 boeken per dag. Dit werd gepresenteerd door 2 journalisten van De Standaard.

"Dit alles hebben we samengebald in 3 dagen omwille van Corona. Volgend jaar gaan we voor 9 dagen (in dezelfde periode). We gaan dan verder op ons élan, maar in een grotere ruimte. In vergelijking met de oude boekenbeurs werden de boeken hier thematisch gerangschikt. Wat het overzichtelijker maakte voor de bezoeker,' besluit woordvoerder Jo Dupré.

Bedankt aan beide woordvoerders voor deze boeiende bijdrage, ook ter promotie van het boek.

We hebben alvast iets om naar uit te kijken volgend jaar.



Foto's Lees!: Dirk Kerstens ©



Print Your Future Project

toolkit met best practices voor de grafische sector

Binnen het 'Print Your Future Project', gecoördineerd door de Europese sociale partners voor de grafische sector, werd een toolkit ontwikkeld.

Met deze toolkit wenst men advies te geven aan drukkerijen, verpakkingsdrukkerijen en de grafische communicatie voor het vinden en aanwerven van nieuwe, jonge werknemers. Ook is ze ontworpen om bedrijven en beroepsverenigingen te helpen om de sector beter te promoten en om concrete voorbeelden van best practices uit heel Europa te geven.

In dit artikel vindt u alvast een opsomming van de belangrijkste tips uit de toolkit:

Bereiken van de doelgroep:

- Vind de volgende generatie via websites, branchefederaties, vakbonden, (vak)scholen, hogescholen en universiteiten, beurzen voor de drukkerijsector en banenbeurzen. Werp een breed net uit: kijk zowel binnen als buiten het beroepsonderwijs en opleidingsinstituten;
- Prikkel potentiële kandidaten al vanaf jonge leeftijd. Probeer hen te informeren over welke carrièremogelijkheden de drukkerijsector kan bieden en hoe het is om in deze sector te werken;

- Geef informatie over de branche en uw bedrijf aan scholen en loopbaanadviseurs. Zo kan u bijvoorbeeld voor schoolklassen een presentatie geven over uw bedrijf en de sector;
- Wek interesse op bij uw doelgroep door op te vallen tijdens banenbeurzen en andere relevante events;
- Vertegenwoordig uw bedrijf online via uw website en sociale media-kanalen.

Imagobuilding:

- Zet uw bedrijf in de 'picture'. Plaats niet alleen advertenties op vacaturesites, maar ook advertenties over uw bedrijf die duidelijk maken wat u te bieden heeft;
- Wees trots op de sector, uw bedrijf, uw mensen, uw waarden en de unieke producten die u levert;
- Zorg ervoor dat diversiteit een doel is in uw wervingsproces;
- Een bedrijf dat investeert in professionele groei en ontwikkeling is aantrekkelijk;
- Zorg voor een positieve onboarding. Een goede eerste indruk is zo belangrijk.



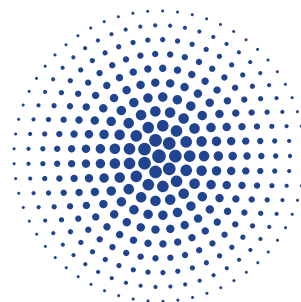
Inhoud van de job:

- Tracht de volgende generatie te behouden door het geven van interessant en zinvol werk;
- De jongere generatie verwacht een goede balans tussen werk en privé-leven, duidelijke loopbaanverwachtingen en een op normen en waarden gestoelde omgeving;
- Besteed ook zeker aandacht aan de gezondheid, veiligheid en het welzijn van uw werknemers;
- Help hen zichzelf te ontwikkelen door het aanbieden van opleidingen en trainingen;
- Voorzie feedbackmogelijkheden en luister goed.

Bovenop de toolkit is er een communicatiecampagne, om de Europese grafische sector te promoten, ontwikkeld. Deze omvat een informatieve website: <https://printyourfuture.eu> met carrièrepaden, functieprofielen, scholen en cursussen, een nieuwe identiteit voor de sector, video's met testimonials van jongeren en foto's van jongeren in de sector. Als laatste werden er ook nog de vier 'Dagen voor jonge werknemers' georganiseerd in

Estland, Duitsland, Nederland en Portugal om de grafische sector onder jongeren te promoten.

De toolkit en de communicatiecampagne zijn ontwikkeld als antwoord op de enquêteresultaten, waaruit bleek dat de aantrekkelijkheid van de grafische sector momenteel een probleem is. 82% van de respondenten vond het cruciaal om het imago van de sector voor jongeren te herstructureren, om duidelijkere carrièrepaden voor jongeren te creëren en om communicatiecampagnes te ontwikkelen in een taal die jongeren aanspreekt. De respondenten zagen de werving problematischer dan de werkgelegenheid, hoewel er op beide gebieden problemen werden vastgesteld.



De volledige toolkit met de uitwerking van alle tips kan u aanvragen bij ann.kestens@febelgra.be.

sociaal overleg 2021-2022 protocolakkoord

Wat voorafging

Febelgra richtte een Sociale Commissie op samengesteld uit enkele leden-bedrijven, Kelly Ciancimino en Marc Vandenbroucke. De sociale commissie had als doel de eisenbundel van de vakbonden te bespreken zodat we een constructief akkoord konden voorstellen. Wij danken onze leden voor hun inzet, hun input en de kostbare tijd dat zij in deze commissie hebben gestoken.

Protocolakkoord

Op 17.11.2021 hebben de sociale partners van het PC 130 een sociaal voorakkoord bereikt voor 2021-2022. Wij mogen zeker stellen dat het verloop van de onderhandelingen constructief was en dat we – ondanks de moeilijke situatie waarin onze sector zich bevindt - een mooi akkoord hebben bereikt.

Vooraleer wij u een overzicht geven van het protocolakkoord delen wij u graag mee dat één van de akkoorden gaat over de versoepeling en de vereenvoudiging van de tijdelijke werkloosheid wegens economische redenen. Dat onderwerp lag historisch altijd gevoelig bij de syndicale organisaties en was bijgevolg geen uitgemaakte zaak. Maar we zijn erin geslaagd om een broodnodige normalisatie van het systeem te bekomen, die belangrijk is voor vele bedrijven van de grafische sector.

Nogmaals benadrukken wij dat dit een protocolakkoord is waarvan de definitieve ondertekening gepland is op 03 december.

Overzicht

1 Koopkracht

- Verhoging van de reële en minimumlonen vanaf 01.01.2022 met 0,4%;
- Toekenning van een consumptiecheque ter waarde van € 125 door alle bedrijven betaalbaar in december 2021 aan alle arbeiders in dienst op 01.12.2021 (pro rata maanden tewerkstelling en arbeidsregime). De toekenning van de consumptiecheque is niet cumulatief indien deze reeds toegekend werd.

De toekenning ervan geldt als retroactieve 'correctie' voor het jaar 2021. Het zal de werkgever veel minder administratie vergen om een éénmalige premie toe te kennen dan de lonen retroactief met 0,4% te verhogen. Bovendien

is deze manier ook goedkoper. Tenslotte komt het overeen met het bedrag dat aan de bedienden uit PC 200 toegekend moet worden voor bedrijven die 5% winst hebben geboekt.

2 Eindeloopbaan & tijdscrediet

- SWT: intekenen op de kader-cao's (cfr. interprofessioneel akkoord - zie tabel):
Er zal ook ingetekend worden op CAO 153 en 155 van de NAR met betrekking tot de voorwaarden voor de toekenning van de vrijstelling van verplichting van aangepaste beschikbaarheid van de SWT'ers.
- Landingsbanen
Mogelijkheid om vanaf 55 jaar halftijds of 1/5e tijdscrediet op te nemen voor de periode van 01.01.2021 t.e.m. 30.06.2023.

Tabel Eindeloopbaan & tijdscrediet

SPECIFIEKE STELSLS 01.07.2021 – 30.06.2023	Minimum- leeftijd	Naar CAO
SWT 20 jaar nachtarbeid, zware beroepen 33j beroepsverleden	60 jaar	CAO nr. 151 Van 01.07.2021 tot 30.06.2023
Zwaar beroep 35j beroepsverleden	60 jaar	CAO nr. 143 onbepaalde duur
Lange loopbaan 40j beroepsverleden	60 jaar	CAO nr. 152 Van 01.07.2021 tot 30.06.2023
Medische SWT	58 jaar	CAO nr. 150 Van 01.01.2021 tot 30.06.2023

3 Vervoerskosten

- **Privé-vervoer:** terugbetaling vanaf de eerste kilometer vanaf 01.01.2022
- **Fietsvergoeding:** € 0,15 per km heen en terug met een maximum van 40 km per dag vanaf 01.01.2022

4 Vorming en opleiding

- Verhoging naar 3 opleidingsdagen per jaar per FTE (collectief). On the job opleidingen tellen hier ook mee (cfr. begrotingsakkoord waar vanaf 2024 elke werknemer individueel recht krijgt op 5 dagen opleiding per jaar).
- Ondertekening van het opleidingsplan in bedrijven met een overlegorgaan (OR, CPBW of syndicale delegatie).

5 Syndicale premie

Verhoging van de syndicale premie met €10 vanaf de uitbetaling in 2023.

6 Outplacement – verkort traject

Verlenging van de bestaande cao voor onbepaalde duur. Deze regeling verkort traject geldt voor de ontslagen arbeiders die niet in aanmerking komen voor de algemene of bijzondere regeling outplacement.

7 Eindejaarspremie

- Gelijktelling van max. 50 dagen tijdelijke werkloosheid omwille

van overmacht corona voor de eindejaarspremie 2021.

- Terugbetaling van deze gelijkstelling door het Febelgra Fonds aan de werkgevers.
- Recht op de pro rata van de eindejaarspremie bij zelf-ontslag van de arbeiders en bij minstens 3 jaar anciënniteit.

8 Versoepeling en vereenvoudiging tijdelijke werkloosheid economische redenen

- De volledige werkloosheid blijft hetzelfde, nl. maximum 2 opeenvolgende weken + 1 verplichte werkweek
- **Nieuw:** Bij gedeeltelijke werkloosheid zal een grote schorsing en een kleine schorsing mogelijk zijn voor een **maximumduur van 3 maanden.**

- **Grote schorsing:** < 3 arbeidsdagen/ week OF < 1 arbeidsweek/2 weken (min. 2 arbeidsdagen)
- **Kleine schorsing:** min. 3 arbeidsdagen/week OF min. 1 arbeidsweek/2 weken

Bovendien zullen de dagen tijdelijke werkloosheid niet meer vóór een weekend geplaatst moeten worden of volgen op een weekend.

- Aanvraagtermijnen blijven dezelfde
- Aanvullende vergoeding :
- Volledige schorsing:
 - Eerste 40 dagen TW : € 7/ werkloosheidsdag (nu: € 5,33)

- Voor de volgende dagen: € 2/werkloosheidsdag
- Terugroeping: 7€ + 1 bruto uurloon/werkloosheidsdag (nu € 6,57 + 1 bruto uurloon) voor alle dagen tijdelijke werkloosheid in de week waarin zich een terugroeping heeft voorgedaan.
- Gedeeltelijke schorsing: € 7 + 1 bruto uurloon/werkloosheidsdag (nu € 6,57 + 1 bruto uurloon), zonder beperking voor zowel de kleine als de grote schorsing.

9 RSZ verlaging patronale lasten

Op 25.06.2020 besloten de sociale partners om de werkgeversbijdrage te verlagen om het hoofd te bieden aan de moeilijkheden tijdens de corona crisis. Deze cao eindigt op 31.12.2021.

De werkgeversbijdrage zal verlaagd blijven tot **31.12.2023**. Deze patronale verlaging betekent voor u als werkgever :

- 0,3 % i.p.v. 0,6 % voor bedrijven < 10 werknemers
- 0,6 % i.p.v. 1,25 % voor bedrijven > 10 werknemers

Tenslotte zullen ook de regels betreffende de uitbetaling van de niet-opgenomen sectorale vakantiedagen bij uit dienst treding van een werknemer duidelijk omschreven worden.

Loonindexering arbeiders & prognose loonindexering bedienden

1. Loonindexering arbeiders PC 130 per 01.12.2021

Vroeger dan verwacht worden de lonen van de arbeiders geïndexeerd met 2% (op de baremalonen) met ingang van 01 december 2021.

De inflatie steeg in november naar 5,64 %. Deze evolutie en het effect op de indexcijfers werden gisteren bekend gemaakt. Hiermee bereikt de inflatie haar hoogste peil sedert juli 2008.

Net als de voorbije maanden zijn het vooral de energieprijzen die de inflatie ongebreideld doen stijgen.

Alhoewel dit bijzonder ongelegen komt voor de bedrijven, heeft de snel stijgende inflatie ook gevolgen voor de lonen. Tot voor kort lag de indexprognose voor onze sector namelijk op februari 2022.

Door de opstoot van het inflatiecijfer wordt de spilindex echter reeds in november overschreden, zodat de lonen nu reeds in december 2021 worden geïndexeerd.

Deze evolutie zal de discussie over de automatische loonindexering ongetwijfeld terug doen opwaaien.

De baremaschaal is terug te vinden op de Febelgra-website.

2. Prognose loonindexering bedienden PC 200 per 01.01.2022

De loonindexering voor bedienden vindt jaarlijks plaats op 1 januari. Bij de bedienden worden zowel de baremalonen als de reële lonen geïndexeerd.

De indexatie wordt berekend op basis van de volgende formule: het rekenkundig gemiddelde

van de indexen van november/december 2021 gedeeld door het gemiddelde van de indexen november/december 2020.

Met 'index' wordt de afgevlakte gezondheidsindex bedoeld.

Volgens de huidige prognose zal de index **3,55%** bedragen per 01.01.2022.

In functie van de evolutie van de afgevlakte index kan het indexpercentage weliswaar nog wijzigen.

Tabel prognose loonindexering bedienden

	gezondheids-index (basis 2013)	afgevlakte index	Prognose van indexpercentage
november 2020	109,91	107,80	
december 2020	109,88	107,72	
november 2021	115,20	111,27	
december 2021		111,90	
januari 2022			3,55%

In functie van de evolutie van de afgevlakte index voor december 2021 kan het indexpercentage weliswaar nog wijzigen.

Decemberafrekening

In de maand december dient u of uw sociaal secretariaat de afrekening te maken van het vakantiegeld voor de bedienden (PC 200) die in de loop van het kalenderjaar van arbeidsduur zijn verminderd (bv. van voltijds naar deeltijds omwille van tijdskrediet, ouderschapsverlof, medische bijstand,...).

Deze afrekening kan deels vergeleken worden met de berekening van het vertrekvakantiegeld bij een uitdiensttreding. Het belangrijkste verschil is dat de bediende wél in dienst blijft en dat het gaat over de verrekening van het vakantiegeld. Concreet betekent dit dat de niet opgenomen vakantiedagen én het dubbel vakantiegeld van het voorbije jaar van de werknemer uitbetaald zullen worden.

Bij arbeidsduurvermindering moet er een onderscheid gemaakt worden onder de vakantieduur en de opname van de vakantiedagen. Daarom zetten wij de spelregels voor u op een rij.

Vakantieduur

De basis voor de vakantieduur (huidig jaar) ligt in het vakantiedienstjaar (huidig jaar – 1). Het recht op het aantal vakantiedagen in 2021 wordt dus bepaald in functie van de effectieve en gelijkgestelde prestaties in 2020.

Voorbeeld: een werknemer heeft in 2020 een volledig jaar voltijds gewerkt dan heeft hij in 2021 recht op 4 weken vakantie of 20 dagen.

Dezelfde regel is van toepassing op de deeltijdse werknemers:

Voorbeeld:

- Een werknemer heeft gedurende de helft van 2020 voltijds gewerkt en de andere helft 4/5. In 2021 heeft hij recht op 18 vakantiedagen.
- Een werknemer heeft in 2020 3 dagen/week van 8 uur gewerkt. In 2021 heeft hij recht op 12 dagen vakantie van 8 uur.

Opname van de vakantiedagen

De vakantiedagen moeten opgenomen worden in het stelsel waarin men werkt. Er kan niet meer vakantie genomen worden dan mogelijk volgens het regime dat geldt op het moment van de opname van de vakantie.

Voorbeeld:

Een werknemer heeft heel het vakantiedienstjaar 2020 voltijds gewerkt. In 2021 heeft hij in principe recht op 20 vakantiedagen (4 weken) maar de werknemer beslist om vanaf januari 4/5 te werken. Hij kan dus slechts 16 vakantiedagen (4 weken) opnemen en geen 20. De 4 vakantiedagen zullen met de decemberafrekening (2021) uitbetaald worden.

Gelijkstelling tijdelijke werkloosheid overmacht 'corona' en 'overstromingen' voor vakantierechten 2022

Ook voor de vakantierechten van 2022 werd recentelijk bevestigd dat de dagen tijdelijke werkloosheid wegens overmacht corona en overstromingen in 2021 gelijkgesteld zullen worden.

De RSZ voorziet net zoals dit jaar een compensatie voor de werkgevers van

het vakantiegeld voor bedienden. De berekening zal opnieuw door de RSZ gebeuren en in mindering gebracht worden van de bedragen verschuldigd voor het 2de kwartaal 2022. Dit wordt automatisch uitgevoerd door de RSZ.

In tegenstelling tot wat hierboven

geschreven staat zal voor de gedeeltelijke compensatie van de dagen tijdelijke werkloosheid als gevolg van de overstromingen de aanvraag, door u als werkgever, online moeten gebeuren bij de RSZ. De details hiervan zijn nog niet gekend maar wij houden u zeker op de hoogte.

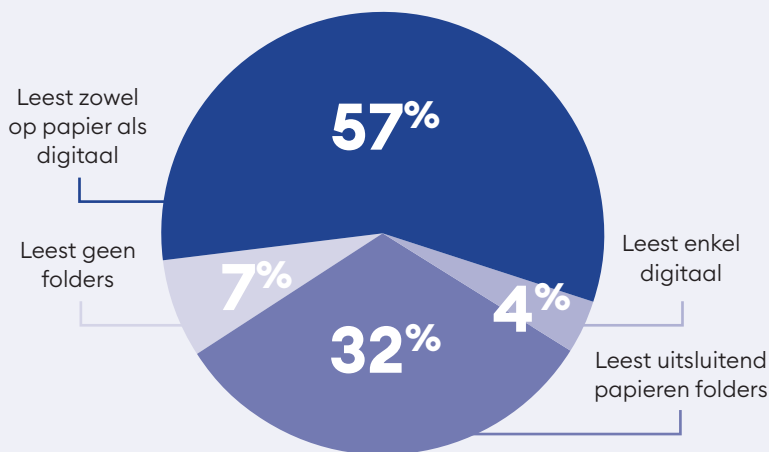
SURVEY

Door to Door Impact Survey 2021

De Door to Door Impact Survey is een jaarlijks onderzoek waarbij de houding van de Belg ten opzichte van ongeadresseerde huis-aan-huis communicatie in kaart wordt gebracht. De studie is een initiatief van BD myShopi en werd uitgevoerd door het onafhankelijk marktonderzoeksbureau Profacts. In totaal werden 1.004 Belgen bevraagd. De steekproef is gewogen op geslacht, leeftijd, sociale klasse en regio. De resultaten van het onderzoek zijn representatief voor de Belgische bevolking (+18 jaar). Het veldwerk vond plaats in mei 2021.

In dit artikel publiceren we voor onze sector de belangrijkste onderzoeksresultaten op het vlak van bereik, gebruik en impact van de folder alsook het profiel van de lezer.

Tabel 1: Bereik van de folder



Basis: Alle Belgen (n=1.004)

Bereik van de folder:

- 93% van de Belgische consumenten leest of doorbladert folders, maar de Belg is omni-channel georiënteerd (zie tabel 1).
- Folders worden binnen 1 huishouden gemiddeld door 2 personen gelezen of doorbladerd. Hiermee ligt het effectieve bereik van de folder dubbel zo hoog als het maximale bereik

van 4,5 miljoen Belgische brievenbussen (Belgen zonder anti-reclamesticker).

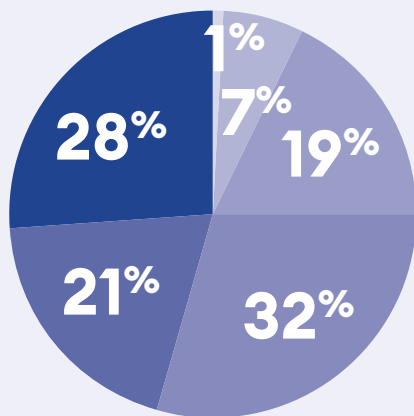
- Zelfs consumenten die omwille van een anti-reclamesticker geen folders in hun brievenbus ontvangen, lezen of doorbladeren deze op papier of digitaal (73%). Ze ontvangen de folders via vrienden of familie, via bureaus, bekijken deze in publieke ruimtes of ontvangen deze geadresseerd.

93%

Tabel ②: Leesduur van de folder



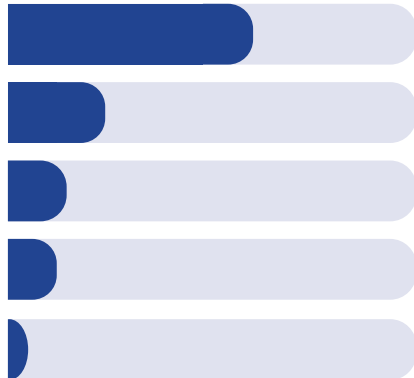
18 min.
per week



Basis: lezen van papieren folders (n=893)

1%	meer dan 60 min.
7%	31 à 60 min.
19%	21 à 30 min.
32%	10 à 20 min.
21%	6 à 10 min.
28%	0 à 5 min.

Tabel ③: Leesfrequentie van de folder



Basis: lezers van papieren folders (n=893)

54%	Systematisch elke week
23%	Bijna elke week (3 tot 4x/maand)
11%	Dikwijls (2x/maand)
8%	Nu en dan (1x/maand)
4%	Zelden (minder dan 1x/maand)

Tabel ④: Actief lezen van de folder



Basis: Belgen zonder anti-reclame sticker (n=848)

Gebruik van de folder:

- De Belg neemt zijn tijd voor het doorbladeren van papieren folders. Hij spendeert hieraan gemiddeld 18 minuten per week (zie tabel ②).
- 96% van de Belgen die papieren folders lezen of doorbladeren doet dit minstens één keer per maand en 77% zelfs zo goed als wekelijks (zie tabel ③).
- De leesfrequentie verschilt per sector. Zo worden folders van supermarkten het vaakst gelezen of doorbladerd. Maar liefst 75% van de lezers van papieren folders zegt deze quasi elke keer te lezen wanneer deze in de brievenbus vallen. Folders over mode, DIY, tuin en dier, decoratie en meubelen maken de top 5 van meest frequent gelezen folders compleet. Folders met betrekking tot sectoren met minder regelmatige aankoopintentie, zoals automotive, immobiëlen, bank en verzekeringen worden minder vaak gelezen of doorbladerd.
- De folder wordt actief gelezen. Het is een niet-intrusief medium: de consument bepaalt namelijk zelf wanneer hij de folders uit de brievenbus haalt en wanneer hij deze leest of doorbladert. (zie tabel ④).
- Maar liefst 86% van de Belgen die een boodschappenlijstje maakt baseert zich op de reclamefolders om het lijstje op te stellen. Producten in de folder maken dus ook een grotere kans om op het boodschappenlijstje van de consument terecht te komen.
- 72% van de Belgen maakte de afgelopen 3 maanden gebruik van een kortingsbon. Daarbij valt op dat 73% een bon uit een folder gebruikte.

- Een kortingsbon biedt dan ook opportuniteiten in termen van redempties en ze stimuleren consumenten om producten aan te kopen.

Appreciatie en impact van de folder:

- De papieren folder helpt consumenten bij hun beslissing om bepaalde producten aan te kopen. De helft van de ondervraagden geeft aan regelmatig producten te kopen uit de folders (48%) en aangezet te worden om bepaalde winkels te bezoeken (46%).
- Belgen zijn fan van papieren folders. In lijn met de leesfrequentie zijn het ook hier de supermarktfolders die het peloton aanvoeren: 69% van de

ondervraagden geeft aan ze graag tot heel graag te lezen.

- De folder wordt ervaren als een informatief medium en wordt geapprecieerd omwille van zijn niet-intrusieve karakter. (zie tabel 6).
- De folder is een krachtig medium in het medialandschap. Het is de minst storende vorm van reclame die consumenten bovendien het meest aanzet tot actie. Ook magazines scoren goed, wat de kracht van printmedia in het algemeen onderstreept.
- Advertentie-blockers worden door de consument gebruikt voor alle mediakanalen, maar veruit het minst voor folders: het percentage 'reclameblockers' ligt bij alle andere media een stuk hoger. (zie tabel 5).

Profiel van de folderlezer

- Het aandeel VVA's (Verantwoordelijke Voor Aankoop) dat papieren folders leest (89%-91%) is hoger dan de niet-VVA's.
- Het percentage jongeren dat folders leest of doorbladert is vergelijkbaar met andere leeftijdsgroepen. Jongeren bladeren er even lang door als andere leeftijdscategorieën, maar doen dit iets minder frequent.
- Jongeren lezen vaker digitale folders, terwijl 55 plussers en de lagere sociale klasse kiest voor de papieren versie. Die laatste doen dit iets frequenter en spenderen wekelijks meer tijd aan het lezen van folders.

Tabel 5 : Appreciatie van de folder

	Folder	TV	Radio	Magazine	Sociale media	Online reclame
Niet storend	86%	35%	41%	73%	33%	34%
Informatief	72%	43%	31%	45%	26%	38%
Zet aan tot actie	68%	34%	24%	37%	27%	39%
Zet aan om nieuwe producten te kopen	67%	46%	27%	39%	32%	40%

Basis: alle Belgen (n=1.004); % 'score 6/10 of hoger'

Tabel 6 : Redenen voor het lezen van de folder

Rationeel

68%	Om speciale aanbiedingen te ontdekken
66%	Om speciale aanbiedingen op te zoeken in de winkel
55%	Om prijzen te vergelijken
48%	Om zich te informeren over het aanbod aan (nieuwe) producten op de markt
39%	Om nieuwe informatie over de winkel/adverteerder op te zoeken
38%	Om gericht informatie over een product op te zoeken

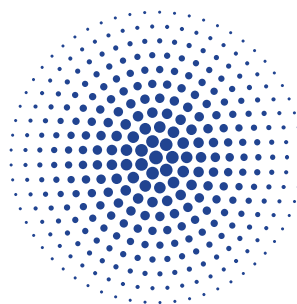
Emotioneel

48%	Om zich te laten inspireren
44%	Om op de hoogte te blijven
44%	Omdat het leuk/ontspannend is
37%	Om cadeau ideeën op te doen
35%	Zorgen voor een positief beeld van de afzender

Basis: lezers van papieren folders (n=893); % '(helemaal) akkoord'

In de Consumer Connection Survey 2021, ook van BD myshopi, ging men nog een stapje verder en vroeg men consumenten naar hun favoriet medium om reclame te ontvangen. Meer dan de helft van de respondenten koos voor de papieren reclamefolder als één van hun favorieten. Wanneer de consumenten slechts één favoriet medium mochten aanduiden, bleef het succes van de folder overeind. 4 op de 10 koos voor de folder als absolute favoriet. E-mail (17%) en televisie (14%) maken de top 3 compleet. Opvallend ook dat de folder bij alle leeftijdscategorieën op de eerste plaats prijkt en de media in de top 3 bij alle leeftijden dezelfde is.

Bron: Door to Door Impact Survey & Consumer Connection Survey 2021 – BD myShopi



Contacteer ann.kestens@febelgra voor ontvangst van de complete survey.

HP Indigo maakt grote sprongen op vlak van snelheid en toegevoegde waarde

Met de introductie van de HP Indigo V12 digitale pers, maakt HP haar rol als innovator weer helemaal waar. Deze smalbaan labelpers, met een printbreedte tot 33 cm, haalt een printsnelheid van 120 strekkende meter per minuut dankzij de nieuwe baanbrekende LEPx-technologie. Maar ook op vlak van sustainability zit men niet stil bij HP. De persproductie verloopt volledig CO₂-neutraal en ook het HP Indigo Certified Pre-owned Presses-programma loopt als een trein, waarbij niet minder dan 40% van de bestaande persen wordt hergebruikt.



De HP Indigo V12 digitale pers is de eerste telg van het Series 6-platform die gebruikmaakt van de nieuwe LEPx-technologie, een verdere evolutie van de oorspronkelijke Liquid Electrophotography (LEP)-techniek, waarmee HP Indigo zich duidelijk onderscheidt van alle andere aanbieders. Daarover zegt HP Indigo Regional Business Manager Marcel Martens het volgende: "De pers beschikt over zes Imaging Engines, die elk gekoppeld zijn aan twee inktstations, waardoor de drukker de beschikking heeft over niet minder dan 12 unieke inkten in de pers. Aan een resolutie van 1600 DPI wordt het drukbeeld door de zes Imaging Engines gelijktijdig op een blanket belt geplaatst, waarna het beeld in één keer wordt overgezet op het substraat. Dit alles resulteert in een ongeziene kwaliteit en hoge nauwkeurigheid en dat aan een snelheid van 120 strekkende meter per minuut in zeskleurendruk." Met de nieuwe HP Indigo V12 digitale pers legt HP de lat alweer een stukje hoger en maakt het zijn rol als innovator helemaal waar.

Spot on brand colors

Met Spot Master, lanceert HP een nieuwe kleurautomatiseringstool, die het voor converters mogelijk maakt om binnen enkele minuten specifieke merkkleuren of PMS-kleuren te matchen op de labelpers. Rien Zetzema, HP Indigo Technical Consultant legt uit: "Het volstaat dat de operator een specifieke kleur opmeet, waarna de tool via een gepatenteerd

algoritme een snelle en nauwkeurige berekening maakt van de benodigde kleuraanpassing op de pers. Spot Master werkt eveneens op transparante substraten én met dekkend wit, waardoor de toepassingsmogelijkheden quasi onbegrensd zijn. De snellere set-up-tijden en een betere voorspelbaarheid, staan niet alleen garant voor een verhoogde productiviteit, maar zorgen er tevens ook voor dat er minder afval geproduceerd wordt." Spot Master zal beschikbaar zijn voor de HP Indigo 35K, 25K, 8K en 6K digitale labelpersen.

6000 vel op B2-formaat

In het B2-formaat introduceert HP met de vierkleuren HP Indigo 100K Digital Press de eerste pers van het nieuwe Series 5-platform. Marcel Martens: "De machine haalt een snelheid van 6000 vel per uur in de Enhanced Productivity Mode, ideaal dus voor kleine oplages of grotere opdrachten met variabele data en productievolumes van meer dan 1 miljoen B2 duplexvellen per maand. De pers heeft maximaal vijf invoertrays waardoor er ook snel geschakeld kan worden tussen verschillende opdrachten en papiersoorten. Nieuw is ook de 'heavy substrate kit' op de HP Indigo 15K Digital Press, waarmee papier en karton verwerkt kan worden tot een dikte tot 600 micron. Een optie waar menig drukker heel blij mee zal zijn, want visitekaartjes kunnen tegenwoordig nooit dik genoeg zijn en het opent ook de deur naar verpakkingsdrukwerk."

Vooruitzichten en Pre-owned Presses

Net als de andere persfabrikanten, heeft HP ook te lijden gehad onder de coronapandemie, maar volgens Marcel Martens valt het al bij al goed mee. "Bij de aanvang van de coronacrisis noteerden we een duidelijke terugval in de orderportefeuille, maar in het vierde kwartaal van 2020 zagen we opnieuw een enorme toename in de verkoop, met een aanzienlijke stijging in de printvolumes vanaf mei dit jaar. Ook ons HP Indigo Certified Pre-owned Presses-programma loopt als een trein. Zeker in deze onzekere tijden is het goed dat klanten kunnen opteren voor een prijsgunstige investering, terwijl ze de garantie hebben dat de drukpers zo goed als nieuw is, want alle slijtagegevoelige onderdelen worden vervangen. Ruim 40% van de verkochte persen wordt hergebruikt in het refurbish-programma en op dit moment is de vraag groter dan het aanbod. Een goede zaak dus, voor zowel de klant als het milieu."



NIEUW LID



Planeet Noom

Handgemaakt design van een andere planeet

Ik geloof in de kracht van een persoonlijk verhaal en probeer dit te vertalen in het product.

Ergotherapeut Naomi mist wat in haar job, de creatieve duizendpoot die ze is raakt bedolven onder het gestructureerde karakter van haar functie. Nadat ook de kunstacademie waar ze al jaren lessen volgt geen uitdaging meer is, besluit ze om het roer om te gooien. Zo wordt in het Oost-Vlaamse Herzele illustratie- en ontwerpstudio Planeet Noom geboren.

“Ik maakte al langer illustraties en ontwerpen voor familie en vrienden maar vond het steeds moeilijk om dat om te zetten tot een digitaal product. Een tweetal jaar geleden startte ik daarom met een opleiding grafisch ontwerp aan het CVO. In september heb ik de stap durven nemen om zelfstandig designer te worden, parttime gecombineerd met mijn job als ergotherapeut,” vertelt Naomi. De uniciteit zit hem in het ontwerpproces. Op Planeet

Noom zijn geen standaard exemplaren te verkrijgen, elk ontwerp wordt met de hand gemaakt op maat van de klant.

“Ik maak voornamelijk thematische ontwerpen zoals kerst-, geboorte- en huwelijkskaarten. Ik geloof in de kracht van een persoonlijk verhaal en probeer dit te vertalen in het product. Hierbij vertrek ik steeds vanuit een blanco blad in mijn schetsboek, de illustratie zet ik dan om via mijn tekentablet of scanner. Zo zorg ik ervoor dat geen enkel ontwerp hetzelfde is. Door mijn studie maakte ik ook kennis met bedrijfsbranding. Bij het ontwerpen van logo's, visitekaartjes of een huisstijl mag het al eens wat strakker en die variatie is erg leuk. Al zal ik ook hierbij altijd proberen een artistieke indruk na te laten.”

Wij wensen Naomi alvast welkom in de sector en veel succes in de toekomst.

SNELNIEUWS

Autajon Labels



Uitreiking van de Innovation Award tijdens Empack 2021 aan Luc Dierickx, Senior Account Manager @Autajon Labels

Autajon Labels won tijdens Empack 2021 de Innovation award van het publiek voor hun NFC labels. Dankzij dit intelligent etiket van Autajon Labels kan u in contact komen met de consument die uw product heeft gekocht. Dit geeft u o.a. een heleboel gepersonaliseerde marketinginformatie.

Hoe werkt het?

Het NFC-label bevat een soort antenne waarmee u snel en veilig kan communiceren. Net zoals bij contactloos betalen. De consument zet de NFC-functie van zijn GSM aan, scant het label en de klant komt automatisch op uw website terecht! Zo eenvoudig en snel kan het soms gaan.

Group Joos

Group Joos investeert jaarlijks in nieuwe technieken en diensten om te blijven evolveren. Eén van deze nieuwe technieken is Augmented Reality. Hiervoor ontwikkelden ze de VEEEW-app, die een virtuele laag legt over het drukwerk.

Via deze generieke app bekijkt de gebruiker via smartphone of tablet een (geprint) beeld. Hierdoor start in de app automatisch extra communicatie. Dit kan verschillende interactieve vormen aannemen: video, animatie, audio, interactieve buttons (URL, e-mail, bel, social media...), een 3D-view. Ook taalkeuzes zijn mogelijk. VEEEW maakt zo van ieder drukwerk een sprekende, bewegende verkoper.



'Auto verschijnt door toepassing van de app'.

Nieuwe leden

Toner de Presse



Planeet Noom



Don Bosco
Sint-Denijs-Westrem



Pro Carton Young Designers Award

Voor het derde jaar op rij wint een student van de opleiding Grafische en Digitale Media van de Arteveldehogeschool in Gent de Pro Carton Young Designers Award! Hun werk werd geselecteerd uit meer dan 500 inzendingen. Proficiat!

ACTIVITEITEN



Nieuwjaars- receptie

Kasteel Rozelaar

21.1.2022

Febelgra nodigt u en uw partner uit op hun nieuwjaarsreceptie in Kasteel Rozelaar, te Lochristi.

Wij ontvangen u graag in De Grote Schuur, gevestigd op het geklasseerd kasteeldomein Rozelaar vanaf 18u30. Na een aperitief en een hapje stellen wij u graag onze plannen voor 2022 voor, gevolgd door een walking dinner. Na het dinner kunnen jullie dan verder bijpraten in het 'casino'. Het wordt ongetwijfeld een gezellige avond.

Programma:

- 18u30-19u15: Ontvangst met aperitief en hapjes

- 19u15-19u30: Verwelkoming
- 19u30-21u30: Culinair walking dinner
- 21u30-24u00: Casino

Locatie:

Stationsstraat 105a
9080 Lochristi
Er zijn voldoende parkeer-
mogelijkheden aan de locatie.

Exclusief voor leden van Febelgra. Deelname is gratis, inschrijven verplicht. U & uw partner kunnen zich inschrijven via de pagina events op www.febelgra.be en dit liefst voor 14/1/2022.

Workshop Design Trends 2022

09.12.2021

Het einde van 2021 komt stilaan dichterbij. Tijd dus om alvast een kijkje te nemen naar wat 2022 voor ons in petto heeft op het vlak van kleuren en grafische vormgeving. Laat je tijdens deze workshop onderdompelen in een bad vol trends in typografie, beeldopbouw, kleurgebruik en meer. Leer ook technieken en fotografische tricks die momenteel in zijn om je grafische ontwerpen naar een hoger niveau kunnen tillen.

Locatie: King George Café –
Driekoningenstraat 48 –
9100 Sint-Niklaas

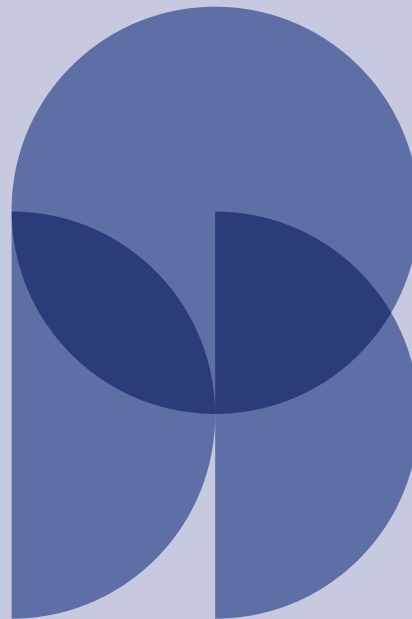
Duur: van 9 tot 12u

Presentatie: Catena Company –
Patrick Toebosch



ACTIVITEITEN

Preventie & veiligheid



Stel: u koopt een nieuwe of tweedehandse digitale drukpers... Is uw verslag voor indienststelling wel in orde vooraleer uw machine in productie gaat?

Stel: uw medewerker verbrandt zich aan een drukplaat... Beschikt u dan wel over een geldige veiligheidsinstructiekaart voor deze machine?

Het jaaractieplan moet opgemaakt worden inzake preventie en bescherming op het werk, hoe pak ik dat aan?

Dit zijn slechts 3 voorbeelden die aantonen hoe belangrijk het is om te checken of u in orde bent met de (soms complexe) reglementering rond preventie- en arbeidsveiligheid op het werk.

Om uw preventiebeleid en de veiligheid op het werk te kunnen optimaliseren ging Febelgra een partnership aan met INNIwise, dé praktische online toolkit inzake arbeidsveiligheid.

Tijdens het webinar 'Arbeidsveiligheid in de grafische sector' georganiseerd op 18/10 i.s.m. INNIwise werd in detail ingegaan op deze toolkit.

Deze toolkit zorgt ervoor dat u als bedrijfsleider perfect de taak als preventieadviseur kan opnemen zodat u het preventiebeleid binnen uw organisatie verder kan optimaliseren. Dit bespaart u meteen het bezoek van een externe adviseur.

Wat vindt u precies terug op deze toolkit:

1. Praktische documenten (sjablonen), zoals:
 - A. Indienststellingsverslag: een checklist waarbij gegevens dienen te worden ingevuld over het bedrijf, de indienststeller, identificatie van het arbeidsmiddel (type machine, intern nummer, leverancier, bouwjaar,...), de conformiteit op het vlak van veiligheidseisen, bediening en gebruik en CE. Met als besluit het advies van de preventieadviseur (arbeidsgeneesheer).
 - B. *Risico-analyse: deze analyse gebeurt a.d.h.v. een vragenlijst op basis van zijn/haar ervaring. Werd er in het verleden een risico-analyse opgemaakt? Is er een veiligheidsinstructiekaart beschikbaar?,...
Ook worden de algemene minimum voorschriften uit de wetgeving voor machines doorlopen.
*Taakanalyse: a.d.h.v. de methode van Fine & Kinney. Deze methode wordt gebruikt om de grootte van de risico's in te schatten en om te bepalen welke acties ondernomen moeten worden.
 - C. Veiligheidsinstructie-kaart: Deze kaart is verplicht aan de machine terug te vinden en verzameld richtlijnen die belangrijk zijn tijdens en na het gebruik van de machine. Bespreek deze zeker

vooraf met de operator zelf om te zien dat alles duidelijk is.

Ook vindt u er een aantal ingevulde documenten (o.a. over Isopropanol) op terug, alsook een onthaalbrochure voor nieuwe werknemers. Altijd handig.

2. Actuele wetgeving
3. Podcasts over Preventie & veiligheid onderwerpen
4. Opleidingen

En last but not least, u kan met al uw vragen terecht bij een expertenpanel en 'good practices' delen met elkaar. Ook dit maakt deel uit van de toolkit en worden geen extra kosten voor aangerekend.

Als Febelgra-lid kan u voordelig beroep doen op deze handige tool en exclusief genieten van:

- Een gratis proefabonnement gedurende 14 dagen
- Een korting van maar liefst 20 % op het jaarabonnement aan € 954.

U kan ook een gratis demo aanvragen (demonstratie van de toolkit via Teams).

Voor meer info over het voordeeltarief en het abonnement: contacteer marisa.bortolin@febelgra.be (tel. 02 680 06 65) of rechtstreeks rachel.retica@innigroup.com (tel. 056 36 32 09) met vermelding van uw Febelgra-lidmaatschap.

INNIwise
working in a safe environment

UPDATE CIJFERS

Lonen en wedden

De gezondheidsindex voor de maand november 2021 bedraagt 115,20.

Arbeiders PC 130

De nieuwe afgevlakte index voor november 2021 bedraagt 111,27 waardoor de stabilisatieschijf van 111,19 overschreden is. Bijgevolg is er een indexering in december 2021.

Bedienden PC 200

De reële lonen worden geïndexeerd op 1 januari 2022 op basis van de volgende formule: het rekenkundig gemiddelde van de indexen van november/december 2021 gedeeld door het gemiddelde van november / december 2020.

De prognose index per 01.01.2022 bedraagt 3,55%

RSZ-percentages vanaf 01.10.2021

	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	11,08	12,77	12,82	5,51	7,20	7,25
Fondsen bestaanszekerheid	1,31	1,61	1,61	0,23	0,23	0,23
Totaal WG bijdragen	32,27	34,26	34,31	25,62	27,31	27,36

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

Sociale loonlast

Arbeiders vanaf 01.08.2021	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	0,0248	2,48%	0,0256	2,56%	0,0256	2,56%
Sociale lasten	1,5303	53,03%	1,5303	53,03%	1,5303	53,03%
Totale sociale loonlast	1,8604	86,04%	2,0016	100,16%	2,3196	131,96%

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 01.10.2021

Tijdslast 1	1,2365	23,65%
Tijdslast 2 zonder sociale lasten	0,0882	8,82%
Sociale lasten	1,3106	31,06%
Totale sociale loonlast	1,7087	70,87%

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

2016	01.01.2016	157,75	2019	01.08.2018	167,20
	01.04.2016	156,07		01.10.2019	168,07
	09.05.2016	159,31		01.01.2020	170,32
2017	01.01.2017	159,31	2020	01.02.2020	173,68
	08.05.2017	162,61		01.07.2020	172,89
2018	01.01.2018	163,93	2021	01.01.2021	172,94

Papierindexen

Datum	Offset houtvrij	Maco houtvrij	Maco houthoudend
30.10.2021	284,08	271,01	308,05
30.09.2021	261,54	245,67	288,40
31.08.2021	263,39	241,32	268,07
31.07.2021	253,93	232,06	259,47
31.06.2021	250,48	222,13	252,08

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 papierprijzen worden op die datum gelijkgesteld aan 100.

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.

Lessebo: het meest klimaatvriendelijke papier ter wereld!

Afkomstig van de Zweedse bossen

Lessebo Paper is gevestigd in een dichtbebost gebied tussen grote ondiepe meren in het binnenland van Småland, Zweden. Generatie na generatie hebben wij papier

geproduceerd en zo het meest klimaatvriendelijke papier ter wereld ontwikkeld. Het ligt in onze aard om de omgeving te verzorgen en te koesteren voor de komende generaties. Het

resultaat van ons harde werk is een volledig biologisch afbreekbaar en recyclebaar papier, gemaakt van 100% TCF pulp. Geproduceerd met verantwoordelijkheid voor ons milieu - en de komende generaties.



Er worden meer bomen geplant dan geoogst

Alle bosbouwactiviteiten zijn FSC® en/of PEFC™ gecertificeerd



Geen afval naar stortplaats

Het afval dat we niet kunnen recycleren, wordt gedoneerd aan lokale producenten van biobrandstof



Energie van hernieuwbare bronnen

De energie uit afval voorziet de huizen in Lessebo van stadsverwarming



Het vrijkomen van schoon water

Het water dat vrijkomt uit onze papierfabriek is schoner dan het water dat we innemen

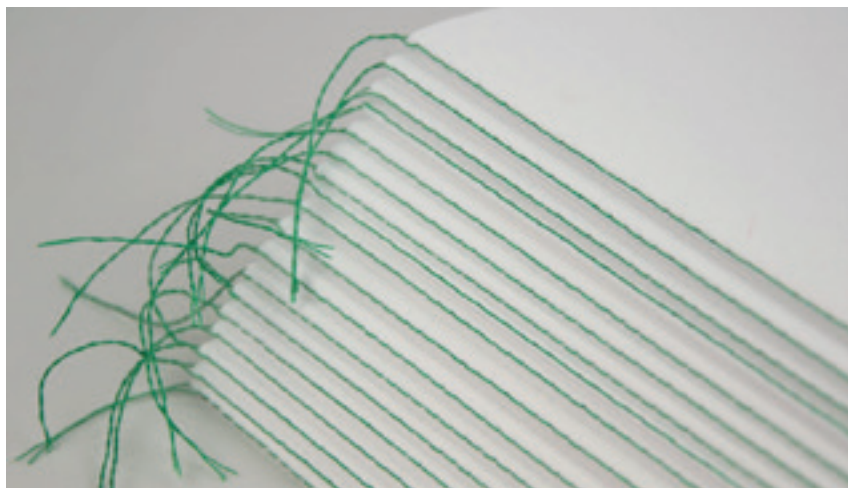
Klimaat positief

Tijdens de productiecyclus is het onvermijdelijk dat er CO² wordt uitgestoten, ook al richt Lessebo Paper zich op een zeer efficiënt gebruik van hulpbronnen. CO²-compensatie is dus een manier om

verantwoordelijkheid te nemen voor deze onvermijdelijke uitstoot door te investeren in CO²-verminderende activiteiten buiten het bedrijf. Wij neutraliseren emissies die verband houden met de papierproductie door te investeren in lokale bossen om

de capaciteit of koolstofputten te vergroten door herbebossing. In feite absorberen de bossen meer CO² dan wij uitstoten. Daarom is Lessebo Paper een klimaatpositieve fabriek, die klimaatpositief papier produceert.

First Impression werd gedrukt op Lessebo Design 1,3 White 130g/m².



Wilt u meer weten over ons klimaatkompas?
Scan de QR-code hieronder:



Partners in creativity

 **EASYPAY GROUP**
INNOVATION IN HR

 **Monizze**

antalis^{EM}
Just ask Antalis

 **SELECT**

 **STOKVIS TAPES**

Lab9 | PRO



 **suez**

GRAFITYP
makes you stick

 **DATALINE**
the MultiPress company


IGIEPA



PAPYRUS 

 **HEIDELBERG**

PRINT MAKES
IMPRESSION

Driving
home for

CHRISTMAS

WE LOVE
PRINT


A LOVELY
CHRISTMAS




VOOR JOU

Ho
Ho
Ho


OPENMAKEN
MET KERST



het leukste
CADEAU
onder de boom


MERRY
CHRISTMAS

BOOKS ARE
HUMANITY IN
PRINT