Febelgra
united in
graphics

n°11 dec 2021

FIRST IMPRESSION

Bulletin mensuel de la fédération des industries graphiques asbl

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

L'ÉTOILE DE LA SOIRÉE

édition

11

2
Édito

4
Lees! & Boektopia

8
Projet Print Your Future

10
Négociations sociales

12
Prévision indexation salariale
Décompte de décembre

14
D2D Impact Survey 2021

17
HP

18
Planeet Noom

19
En bref

20-21
Activités

22
Salaires et charges
Pourcentages ONSS
Charges sociales
Indice salarial
Indice papier

23
Lessebo

24
Partners in Creativity

Les autocollants sont imprimés sur du Jacilliant Brilliant 80g/m² - White neutral permanent - delivered by Lecta

First Impression est le bulletin mensuel de la fédération des industries graphiques asbl
www.febelgra.be
Suivez-nous sur les médias sociaux:

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

Rédaction Ann Kestens - Kelly Ciancimino - Lenneke Goessens - Marisa Bortolin - Marc Vandenbroucke

Adresse Febelgra asbl, Place du Champ de Mars 2, 1050 Bruxelles - T + 32 2 680 06 68 - info@febelgra.be

Impression Antilope De Bie Printing

E.R. Marc Vandenbroucke, Place du Champ de Mars 2, 1050 Bruxelles - Membre de l'Union des Éditeurs de la Presse Périodique asbl

ÉDITO

Avec un yoyo cela ne fonctionne pas

Mais il y a quand même encore des certitudes

26 octobre: Comité de concertation. L'obligation étendue du port du masque et le télétravail recommandé sont annoncés. 17 novembre: Comité de concertation. L'accent est dorénavant mis, entre autre, sur la limitation des contacts sociaux, mais surtout sur le télétravail obligatoire ce qui a un impact pour les entreprises. Ceci pendant 3 semaines, suivi par un léger assouplissement de 1 vers 2 jours de travail au bureau. 26 novembre: nouveau Comité de concertation. Une série de nouvelles mesures sont annoncées et la forme initiale du télétravail obligatoire est prolongée à 4 semaines...

Toute personne de bon sens savait déjà qu'en mettant le focus sur le télétravail cela ne pouvait pas générer des améliorations en matière de santé suffisantes et efficaces. Nos entreprises sont conscientes de l'importance de la prévention et l'appliquent également depuis longtemps. C'est une erreur que d'imposer à nouveau cette charge supplémentaire aux entreprises et de modifier les mesures toutes les 3 semaines, faisant accroitre ainsi à nouveau l'incertitude économique. De plus, que les choses pourront se détendre après le 19 décembre nous semble n'être qu'une illusion.

Les événements importants et les opportunités de réseautage social sont à nouveau restreints, quoique plus subtilement qu'auparavant. Ceci avec une politique yoyo qui répond aux données du jour. Aujourd'hui, des rapports indiquent que l'efficacité des vaccinations a été sous-estimée et qu'il existe même un variant B.1.1.529 ou Omicron, contre lequel les vaccinations précédentes pourraient ne pas être efficaces.

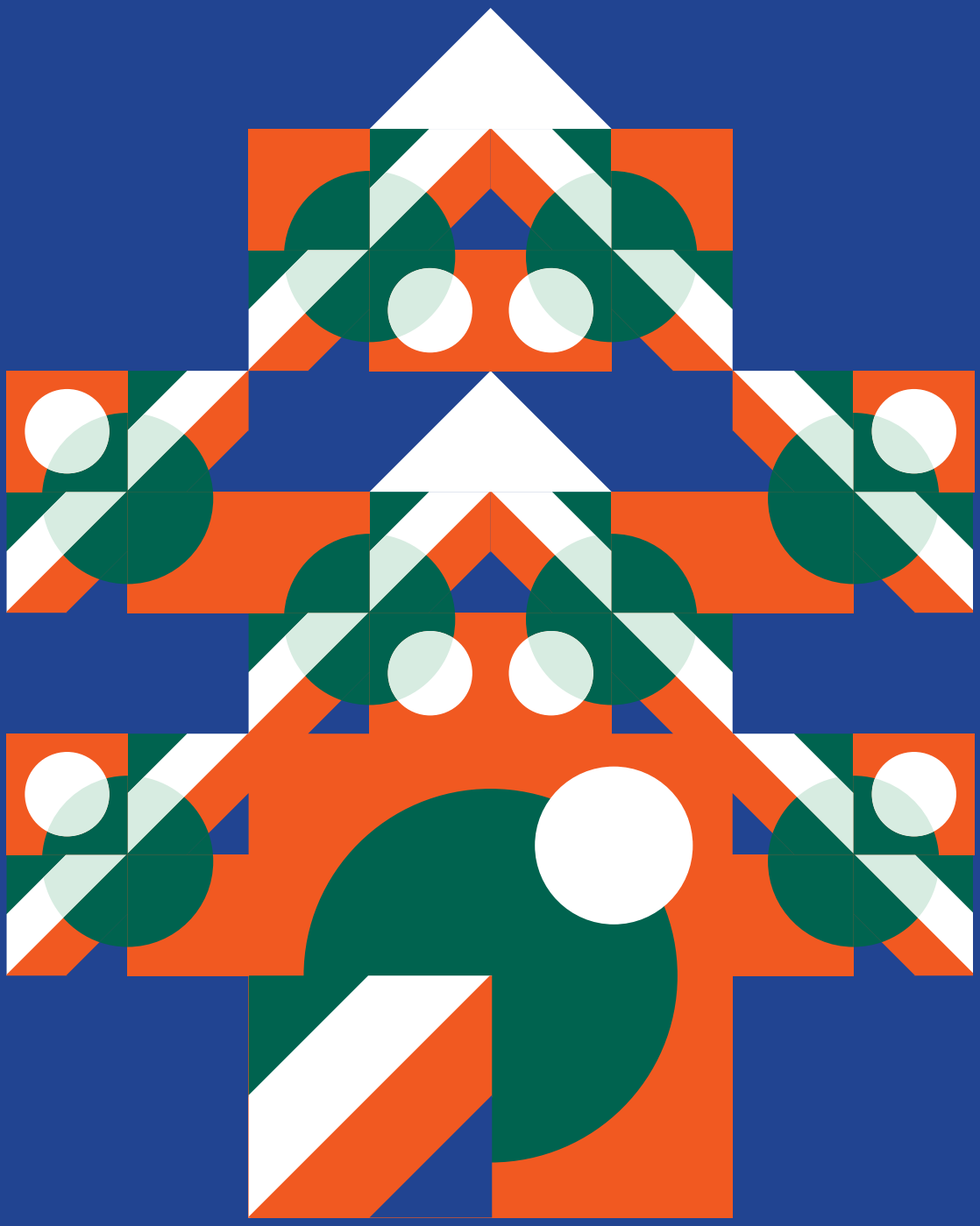
Ces éléments indiquent que nous entrons à nouveau dans une période hivernale difficile, qui aura bientôt des conséquences sur notre activité. Mais nous devons être optimistes et il est peut-être temps à présent d'apprendre à vivre avec la présence du virus. La situation épidémiologique est telle que des mesures plus strictes sont nécessaires - nous ne pouvons le nier - mais elles doivent résulter d'une politique cohérente, ayant le moins d'impact économique possible. Certains pans de l'économie risquent à nouveau de devoir s'arrêter. Dans ce contexte, il nous semble également nécessaire que le gouvernement prolonge une nouvelle fois le chômage temporaire Corona, ceci déjà pour le premier trimestre 2022.

En revanche, une nouvelle positive est que le 17 novembre, nous sommes parvenus à un protocole d'accord social qui peut être considéré comme étant constructif pour toutes les parties. Merci à nos partenaires sociaux qui, malgré des intérêts souvent très opposés, ont été des interlocuteurs équitables. Enfin, Febelgra continue à travailler dur pour déployer en 2022 des campagnes de promotion de notre secteur.

Dans cette optique, nous tenons à souligner que notre engagement et notre ambition sont une certitude en cette période mouvementée.

Nous vous souhaitons un beau moment de lecture!

Marc Vandenbroucke
Directeur Général



JOYEUSES FÊTES!

STINKHOND

SALON DU LIVRE

Lees! & Boektopia

En juillet 2021, Boek.be, organisation sectorielle flamande du livre et organisateur du Salon du livre, a été déclarée en faillite. Boek.be connait depuis longtemps des problèmes financiers, dus en partie à la baisse du nombre de visiteurs du Salon du livre d'Antwerp Expo. Un plan de restructuration proposé fin 2019 a été contrecarré par la crise du Corona. L'annulation de la foire en 2020 a entraîné la perte de la quasi-totalité de leur source de revenus. Cela aurait été la 85e édition cette année.

Quelques mois plus tard, nous pouvons annoncer non pas un, mais deux salons du livre 'repensés sous le nom de Lees! het Boekenfestival (à Anvers) et Boektopia (à Courtrai). Nous donnons la parole, dans cet article, aux deux porte-paroles qui présentent les origines et le caractère unique de leurs salons respectifs. Alors que Lees! est organisé par des éditeurs et des libraires, Boektopia est organisé par huit éditeurs. Ce qui ressort clairement chez tous les deux, c'est l'amélioration de l'expérience de la visite du salon.

Lees!

«Il y a une différence essentielle avec le salon du livre précédent et cela deviendra année après année de plus en plus évident», explique Geert Briers, l'organisateur de Lees!. «Cette première édition est une édition de poche réalisée en 15 semaines». À l'origine le salon du livre était composé en 4 halls remplis de livres et de différents podiums où les auteurs présentaient leurs derniers livres. Lees! se divise en trois parties: la foire, le festival et la plateforme. «La différence avec le passé, était que les éditeurs et les libraires vendaient les livres chacun séparément sur leurs propres stands. Maintenant, seules les libraires vendent, tout comme pendant l'année. Nous avons synthétisé la gamme complète de livres en 8 thèmes, chaque thème étant élaboré par un libraire (thématique). Les éditeurs, dont les livres se vendent en librairie, étaient présents avec leurs propres stands et offraient un soutien promotionnel et une assistance aux auteurs. Concrètement, cela signifie qu'en tant que lecteur vous ne devez pas chercher dans les 4 halls le livre que vous désirez, mais que vous devez chercher par thème. Cela améliore immédiatement la qualité de la visite» selon l'organisation.

De plus, une plus grande attention a été accordée à la conception des stands, à la présentation des livres et l'intention était de créer une sensation d'espace grâce à des espaces ouverts. L'objectif est de mettre davantage l'accent sur l'expérience, et lors de cette édition, celle-ci a été développée dans la zone des enfants avec 1450m2 de livres. Il y avait 8 activités cibles différentes à expérimenter, dont une séance de lecture et un mur avec une immense page à colorier au fil des

livres. Les enfants sont entrés ainsi en contact avec les livres de manière agréable et ludique. Cette expérience supplémentaire est aussi prévue pour les adultes l'année prochaine. L'objectif n'est pas seulement que les adultes acquièrent des connaissances grâce aux conférences, mais qu'ils s'amusent également. L'organisation souhaite donc ajouter l'année prochaine, un deuxième podium dont les auteurs pourront utiliser l'espace pour aller à la recherche de nouvelles méthodes pour raconter leurs histoires.
«Cette année, Brihang était sur scène pendant la nocturne. Il associe de manière créative langue et musique et ses textes pourraient être imprimés dans un recueil de poèmes. C'est un exemple d'expérience que nous visons, dans lequel le podium ne se limite pas qu'à des débats. Le livre n'est qu'une forme de narration et avec LEES! nous nous concentrerons sur toutes les nouvelles façons d'écrire, de raconter et de lire. Avec LEES! nous nous tournons vers l'avenir de la filière du livre. Notre secteur est toujours à la recherche de moyens pour inciter les gens à lire, le point d'exclamation est une incitation amicale à l'action», explique Geert Briers.

Lees! veut également être une plateforme pour les écrivains débutants. Il doit non seulement être une source d'inspiration pour le visiteur, mais aussi un lieu où vous, en tant que candidat/auteur, entrez en contact avec le secteur. Avec les connaissances, le dynamisme et l'inspiration acquises lors du salon, il peuvent se mettre au travail et écrire leur livre.
Il doit aussi devenir un lieu de rencontre entre auteurs et créatifs. Pour arriver à de nouvelles missions, de nouvelles façons de présenter une histoire, axées sur la technologie et l'innovation.

En tant que partenaire média, VRT a présenté son Boekathon à Lees! avec Tom De Cock. Il interviewait un auteur différent toutes les 15 minutes, ceci pendant 7 jours.
Radio 1 a présenté le thème des livres lors du bloc radio matinal et a créé le 'Boekenfeest', présenté par Bent Van Looy.
Les deux émissions ont été diffusées en direct sur la plateforme VRT NU et les moments forts ont été diffusés le lendemain sur Eén, pour plus de 450 000 téléspectateurs. L'année prochaine, l'édition 'complète' aura lieu du 29 octobre au 6 novembre. 2 jours supplémentaires seront ajoutés avec un programme scolaire sur la promotion de la lecture adapté à l'enseignement primaire et secondaire.

Boektopia

Il ressort clairement lors de l'entretien avec Jo Dupré, porte-parole de Boektopia, qu'une expérience accrue est le principe de base de ce nouveau salon du livre. «Ce n'était pas directement sûr que Boektopia serait

Plus d'expérience est l'élément central des 2 salons.

Photos Boektopia: Jonas Verbeke©

organisé à Courtrai. Des pourparlers ont eu lieu avec différentes villes, dont Gand, Anvers et Hasselt, mais au début du mois de juin, le lieu a finalement été déterminé. Courtrai s'est avéré être le candidat le plus optimal, en raison de son très bon emplacement et de sa meilleure localisation; près de l'autoroute. Cela a également marqué une rupture nette avec le salon du livre précédent». Avec Boektopia, l'organisation souhaite adopter une nouvelle vision, s'éloigner de l'ancien salon du livre par le biais de l'innovation, de plus d'expérience et de la numérisation. Cette nouvelle vision a également été utilisée lancée à l'époque par Boek.be avec l'organisation du marathon du livre en 2020.

«Nous avons mis l'accent sur l'expérience et avons ainsi attiré à la fois les familles et les enfants. Un parcours d'expérience a été introduit pour présenter un livre (non-fiction) d'une manière différente et il y avait à différents endroits des écrans de télévision sur lesquels un auteur ou un BV lisait un fragment d'un livre. De nouveaux titres ont été présentés sur d'autres écrans et il y avait un musée de photos sur le thème de l'art de vivre. Il y avait aussi des questions qui étaient placardées le long d'armoires et si vous connaissiez le livre, vous pouviez ouvrir l'armoire pour savoir si vous aviez raison. Vous pouviez également rechercher des clés sur une piste de crime interactive, après quoi vous deviez résoudre une énigme avec les clés trouvées. En guise de récompense, vous receviez un paquet contenant tous les titres d'histoires de crimes présentés sur le parcours. Les enfants eux se sont amusés comme des fous pendant l'activité 'comment apprendre à dessiner mon héros de bande dessinée préféré ?', qui a suscité beaucoup d'intérêt».

Les conférences classiques d'auteurs et débats entre auteurs de différentes maison d'éditions étaient également au programme. Tout comme des performances musicales et des petites comédies musicales.
Le marathon du livre a été repris de Boek.be. Un nouveau titre était proposé toutes les 15 minutes; 32 livres par jour. Celui-ci a été présenté par 2 journalistes de chez De Standaard.
«Nous avons condensé tout cela en 3 jours à cause du Corona. L'année prochaine nous irons pour 9 jours (durant la même période). Nous continuerons sur notre lancée, mais dans un espace plus grand. Par rapport à l'ancienne foire du livre, les livres étaient disposés ici par thème. C'était plus pratique pour le visiteur», conclut le porte-parole Jo Dupré.

Nous remercions les deux porte-paroles pour cette contribution fascinante ainsi que pour leur active promotion du livre.

Voilà déjà des évènements que nous attendons avec impatience l'année prochaine.

Photos Lees!: Dirk Kerstens ©

LE MARCHÉ DE L'EMPLOI

Le projet 'Print Your Future'

la boîte à outils des meilleures pratiques pour le secteur graphique

Une boîte à outils a été développée dans le cadre du 'Print Your Future Project', qui est coordonné par les partenaires sociaux européens du secteur graphique.

L'objectif de cette boîte à outils est de fournir des conseils aux imprimeries, aux imprimeurs d'emballages et à l'industrie de la communication graphique sur la manière de trouver et de recruter de nouveaux, jeunes employés. Elle a également été conçue afin d'aider les entreprises et les associations professionnelles à mieux promouvoir le secteur et à fournir des exemples concrets de bonnes pratiques à travers l'Europe.

Cet article résume les conseils les plus importants:

Atteindre le groupe cible:

- Trouvez la prochaine génération via les sites web, les fédérations sectorielles, les syndicats, les écoles professionnelles, écoles supérieures et universités, les bourses du secteur graphique et les salons de l'emploi. Elargissez le réseau: regardez dans et en dehors de l'enseignement professionnel et des institutions de formation;
- Stimulez les candidats potentiels dès le plus jeune âge. Essayez de les informer sur les opportunités de carrière que l'industrie graphique peut leur offrir et comment travailler dans ce secteur;
- Fournissez aux écoles et aux conseillers d'orientation des informations sur l'industrie et sur votre entreprise. Par exemple, faites une présentation sur votre entreprise et sur le secteur à des classes d'étudiants;
- Suscitez l'intérêt de votre groupe cible en vous distinguant lors de salons de l'emploi et autres événements pertinents;
- Représentez votre entreprise en ligne via votre site web et les réseaux sociaux.

La construction d'une image:

- Mettez votre entreprise en avant. Ne vous contentez pas de publier des annonces sur les sites d'emploi, faites de la pub pour votre entreprise et montrez clairement ce que vous avez à offrir;
- Soyez fier de votre secteur, de votre entreprise, de votre personnel, de vos valeurs et des produits uniques que vous proposez;

- Faites de la diversité un objectif dans votre processus de recrutement;
- Une entreprise qui investit dans la croissance et le développement professionnels est attrayante;
- Veillez à un accueil positif. Une bonne première impression est tellement importante.

Description du poste:

- Attirez la prochaine génération en leur offrant un travail intéressant et significatif ;
- La jeune génération désire avoir un bon équilibre vie professionnelle et vie privée, a des attentes de carrière claires et recherche un environnement basé sur des normes et des valeurs;
- Soyez attentif à la santé, la sécurité et le bien-être de vos travailleurs;
- Aidez-les à se développer en leur offrant des formations et des trainings;
- Offrez leur des possibilités de feedback et écoutez les attentivement.

En plus de la boîte à outils, une campagne de communication visant à promouvoir le secteur graphique européen a été mise en place. Elle comprend notamment un site web informatif : https://printyourfuture.eu reprenant des parcours professionnels, des profils d'emploi, des écoles et leurs cours, une nouvelle identité pour le secteur, des vidéos avec des témoignages de jeunes et des photos des jeunes du secteur. Enfin, quatre «Journées des jeunes travailleurs» ont été organisées en Estonie, en Allemagne, aux Pays-Bas et au Portugal afin de promouvoir l'industrie graphique auprès des jeunes.

La boîte à outils et la campagne de communication ont été élaborés en réponse aux résultats de l'enquête, qui ont montré que l'attractivité du secteur graphique pose actuellement problème. 82 % des personnes interrogées considèrent qu'il est crucial de restructurer l'image du secteur auprès des jeunes afin de créer des parcours professionnels plus clairs pour les jeunes et de développer des campagnes de communication dans un langage qui leur plaît. Les répondants voyaient le recrutement sous un angle plus problématique que l'emploi, alors que des problèmes ont été identifiés dans les deux domaines.

Vous pouvez demander la boite à outil complète reprenant tous les conseils auprès d': ann.kestens@febelgra.be.

SOCIAL

Négociations sociales 2021-2022 protocole d'accord

Ce qui a précédé
Febelgra a mis en place une Commission sociale composée de plusieurs entreprises membres, de Kelly Ciancimino et de Marc Vandenbroucke. L'objectif de cette commission était de discuter ensemble au sujet du cahier des revendications des syndicats afin de pouvoir présenter un accord constructif. Nous remercions chaleureusement nos membres pour leurs efforts, leur contribution et le temps précieux qu'ils ont investi au sein de cette commission.

Le protocole d'accord
Le 17.11.2021, les partenaires sociaux de la CP 130 ont conclu un accord social préliminaire pour 2021-2022. Nous pouvons affirmer que le déroulement des négociations a été constructif et que - malgré la situation difficile dans laquelle se trouve notre secteur - nous sommes parvenus à un bon accord.

Avant de vous dresser une vue d'ensemble du protocole d'accord, nous tenons à vous informer que l'un des accords concerne l'assouplissement et la simplification de la procédure de chômage temporaire pour raisons économiques. Historiquement, il a toujours été un sujet sensible du point de vue des organisations syndicales et ce n'était donc certainement pas gagné d'avance. Mais nous avons réussi à atteindre une standardisation indispensable du système qui est importante pour de nombreuses entreprises du secteur graphique.

Nous tenons à souligner une fois de plus qu'il s'agit d'un protocole d'accord dont la signature définitive est prévue le 03 décembre.

Vue d'ensemble

1 Le pouvoir d'achat

- Augmentation des salaires réels et minimaux de 0,4 % à partir du 01.01.2022
- Attribution d'un chèque consommation d'une valeur de € 125 payable en décembre 2021 à tous les ouvriers en service au 01.12.2021 par toutes les entreprises (au prorata des mois d'emploi et du régime de travail). L'attribution du chèque de consommation n'est pas cumulable s'il est déjà attribué.

  Son octroi s'applique à titre de 'correction' rétroactive pour l'année 2021. Il y aura moins de formalités administratives à remplir pour l'employeur pour accorder une prime unique plutôt que d'augmenter les salaires rétroactivement de 0,4 %. Cette méthode est également moins coûteuse. Il correspond en définitive au montant alloué aux employés de la CP 200 pour les entreprises ayant réalisé un profit de 5%.

2 Fin de carrière & crédit-temps

- RCC: À souscrire dans le cadre des CCT (cf. accord interprofessionnel - voir tableau): Les CCT 153 et 155 du CNT seront également souscrites en ce qui concerne les conditions d'octroi de la dispense de l'obligation de disponibilité adaptée pour les travailleurs en RCC.
- Le crédit-temps fin de carrière: Possibilité de passer à un crédit-temps–fin de carrière à partir de 55 ans pour la période allant du 01.01.2021 au 30.06.2023.

Tableau Fin de carrière & crédit-temps

RÉGIMES SPÉCIFIQUES 01.07.2021 – 30.06.2023	ÂGE MINIMUM	CNT - CCT
RCC 20 ans travail de nuit, métier lourd Passé professionnel de 33 ans	60 ans	CCT n° 151 Du 01.07.2021 au 30.06.2023
Métier lourd Passé professionnel de 35 ans	60 ans	CCT n° 143 Durée indéterminée
Longue carrière Passé professionnel de 40 ans	60 ans	CCT n° 152 Du 01.07.2021 au 30.06.2023
RCC médical	58 ans	CCT n° 150 Du 01.01.2021 au 30.06.2023

3 Les frais de transport

- **Transport privé:** remboursement dès le premier kilomètre à partir du 01.01.2022
- **Indemnité vélo:** € 0,15 par km aller-retour avec un maximum de 40 km par jour à partir du 01.01.2022

4 Éducation & Formation

- Augmentation vers 3 jours de formation par an par ETP (collectif). Les formations sur le lieu de travail comptent également (cf. accord budgétaire dans lequel chaque travailleur a droit individuellement à 5 jours de formation par an à partir de 2024).
- Signature du plan de formation dans les entreprises dotées d'un organe consultatif (Conseil d'entreprise, CPPT ou délégation syndicale)

5 La prime syndicale

Augmentation de la prime syndicale de €10 ceci à partir des versements en 2023.

6 Outplacement – la trajectoire raccourcie

Prolongation de la CCT existante pour une durée indéterminée. Ce régime à trajectoire raccourcie s'applique aux ouvriers licenciés qui ne sont pas éligibles au régime d'outplacement général ou particulier.

7 La prime de fin d'année

- Assimilation de 50 jours maximum de chômage temporaire pour force majeure Corona pour la prime de fin d'année 2021.
- Remboursement de cette assimilation aux employeurs par le Fonds Febelgra
- Droit au prorata de la prime de fin d'année en cas de démission des ouvriers ayant au minimum 3 ans d'ancienneté.

8 Assouplissement et simplification du chômage temporaire pour raisons économiques

- Le chômage complet reste identique, càd 2 semaines consécutives maximum + 1 semaine de travail obligatoire
- **Nouveau:** En cas de chômage partiel, une grande suspension et une petite suspension seront possibles pour **une durée maximum de 3 mois.**

  - **Grande suspension:** < 3 jours de travail/semaine OU < 1 semaine de travail/2 semaines (min. 2 jours de travail)
  - **Petite suspension:** min. 3 jours de travail/semaine OU minimum 1 semaine de travail/2 semaines

  De plus, les jours de chômage temporaire ne devront plus précéder ou suivre un week-end.
- Les délais de demandes restent identiques
- Indemnité complémentaire
- Suspension complète:
  - Premiers 40 jours de CT: €7 / jour de chômage (actuellement: € 5,33)
  - Pour les jours suivants: € 2 /jour de chômage
  - Rappel: € 7 + 1 salaire horaire brut/jour de chômage (actuellement €6,57 + 1 salaire horaire brut) pour tous les jours de CT de la semaine au cours de laquelle un rappel a eu lieu.
- Suspension partielle: € 7 + 1 salaire horaire brut/jour de chômage (actuellement € 6,57 + 1 salaire horaire brut sans limitation tant pour la petite que pour la grande suspension).

9 Réduction ONSS des charges patronales

Les partenaires sociaux avaient décidé le 25.06.2020 de réduire la cotisation patronale pour faire face aux difficultés pendant la crise Corona. Cette convention collective de travail prend fin le 31.12.2021.
La cotisation patronale restera réduite jusqu'au **31.12.2023**. Cette réduction signifie pour vous en tant qu'employeur:

- 0,3 % au lieu de 0,6 % pour les entreprises de < 10 travailleurs
- 0,6 % au lieu de 1,25 % pour les entreprises de > 10 travailleurs

Enfin, les règles concernant le paiement des jours de congé sectoriels non utilisés en cas de départ d'un travailleur seront également clairement définies.

SOCIAL

L'indexation salariale

des ouvriers & prévision de l'indexation salariale des employés

1. Indexation salariale des ouvriers CP 130 au 01.12.2021

Les salaires des ouvriers seront indexés, plus tôt que prévu, de 2% (sur le barème salarial) ceci à compter du 01 décembre 2021.

L'inflation a atteint 5,64% en novembre. Cette évolution et son effet sur les chiffres de l'indice ont été annoncés hier.
Cela porte l'inflation à son niveau le plus élevé depuis juillet 2008.
Ce sont principalement les prix de l'énergie qui ont fait grimper l'inflation de manière incontrôlable lors des mois précédents.

Bien que cela soit particulièrement inopportun pour les entreprises, la flambée de l'inflation a également un impact sur les salaires.
Jusqu'à très récemment, la prévision de l'indice pour notre secteur était prévue en février 2022.
En raison de la hausse de l'inflation, l'indice pivot a déjà été dépassé en novembre, ce qui entraine l'indexation des salaires dès décembre 2021

Cette évolution va sans aucun doute relancer le débat sur l'indexation automatique des salaires. La nouvelle échelle salariale se trouve sur le site web de Febelgra

2. Prévision de l'indexation salariale des employés CP 200 au 01.01.2022

L'indexation salariale des employés est effectuée annuellement le 1er janvier.
Les salaires de base ainsi que les salaires réels sont indexés chez les employés.

L'indexation est calculée sur base de la formule suivante: la moyenne arithmétique des chiffres de l'indice de novembre/décembre 2021 divisée par la moyenne des indices de novembre/décembre 2020.

Par 'indice' nous entendons l'indice lissé.

Selon les prévisions actuelles, l'indexation s'élèvera à **3,55%** au 01.01.2022.
L'indexation peut toutefois encore changer en fonction de l'évolution de l'indice lissé.

Tableau prévision indexation salariale des employés

	Indice santé (base 2013)	Indice lissé	Prévision du pourcentage d'indexation
Novembre 2020	109,91	107,80	
Décembre 2020	109,88	107,72	
Novembre 2021	115,20	111,27	
Décembre 2021		111,90	
Janvier 2022			**3,55%**

Le pourcentage d'indexation peut encore changer en fonction de l'évolution de l'indice lissé pour décembre 2021.

Le décompte de décembre

Au mois de décembre, vous ou votre secrétariat social êtes tenu de faire un décompte du pécule de vacances pour les employés (CP 200) qui ont réduits au cours de l'année civile leur temps de travail (par exemple, qui sont passés de temps plein à temps partiel en raison d'un crédit-temps, d'un congé parental, d'un congé pour assistance médicale, etc...).

Ce décompte peut partiellement être comparé avec le calcul du pécule de vacances de départ en cas de sortie de service. La différence la plus importante est que l'employé reste dans l'entreprise et que cela ne concerne que le décompte du pécule de vacances. Cela veut dire concrètement que les jours de vacances non pris et le double pécule de vacances pour l'année écoulée de l'employé lui seront payés.

Lors d'une diminution du temps de travail, il faut faire la distinction entre la durée des vacances et la prise des jours de vacances. Nous vous rappelons ci-dessous les règles.

La durée des vacances

La base de la durée des vacances (année en cours) se situe durant l'exercice de vacances (année en cours -1). Le droit au nombre de jours de vacances en 2021 est donc déterminé sur base des prestations effectives et assimilées de 2020.

Exemple: un travailleur a travaillé toute l'année 2020 dans un régime à temps plein, il a donc droit en 2021 à 4 semaines de vacances ou à 20 jours de vacances.

La même règle est également d'application pour les travailleurs à temps partiel:

Exemples:

- Un travailleur a travaillé la moitié de l'année 2020 dans un régime à temps plein et l'autre moitié en 4/5. En 2021 il a droit à 18 jours de vacances.
- Un travailleur a travaillé en 2020 dans un régime de 3 jours de 8 heures par semaine. Il a droit en 2021 à 12 jours de vacances de 8 heures.

La prise des jours de vacances

Les jours de vacances doivent être pris dans le régime dans lequel vous travaillez. Il n'est pas permis de prendre plus de jours de vacances que possible selon le régime de travail en vigueur au moment où les vacances sont prises.

Exemple:
Un travailleur a travaillé dans un régime temps plein durant l'exercice de vacances 2020. En 2021 il a droit en principe à 20 jours de vacances (4 semaines). Toutefois, le travailleur décide de travailler en janvier dans un régime à temps partiel en 4/5. Il peut donc prendre 16 jours de vacances (4 semaines) et non 20 jours de congé. Le travailleur recevra le pécule de vacances pour les 4 jours avec le décompte de décembre 2020.

Assimilation du chômage temporaire force majeure 'corona' et 'innondations' pour le droit aux vacances annuelles 2022

Il a également été récemment confirmé pour les droits aux vacances annuelles de 2022 que les jours de chômage temporaire pour force majeure corona et inondations seront assimilés pour la déclaration des jours de 2021.

Concernant les jours de CT pour force majeure Corona, l'ONSS prévoit, tout comme cette année, de verser aux employeurs une compensation pour le pécule de vacances des employés. Le calcul sera à nouveau effectué par l'ONSS et sera porté en déduction des cotisations dues pour le 2ème trimestre 2022.
Ceci sera effectué automatiquement par l'ONSS.

Contrairement à ce qui est écrit ci-dessus, la demande pour l'indemnisation partielle des jours de chômage temporaire pour force majeure Inondations, doit être faite en ligne par vous, l'employeur, auprès de l'ONSS. Les détails ne sont pas encore connus à ce jour mais nous vous tenons bien entendu informés.

ENQUÊTE

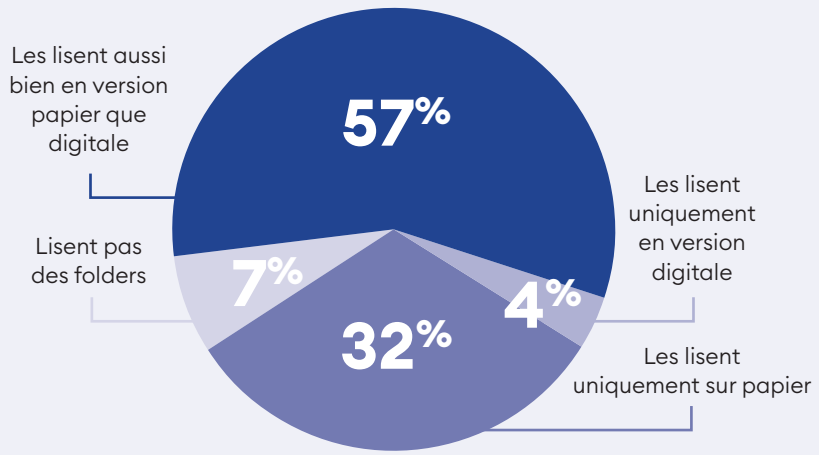
Door to Door Impact Survey 2021

La Door to Door Impact Survey 2021 est une enquête annuelle qui décrit l'attitude des Belges par rapport à la communication toutes-boites non adressée. L'étude est une initiative de BD myShopi et a été menée par le cabinet d'études de marché indépendant Profacts. Au total, 1.004 Belges ont été interrogés. L'échantillon a été pondéré en fonction du sexe, de l'âge, de la classe sociale et de la région. Les résultats de l'enquête sont représentatifs de la population belge (+18 ans). L'enquête de terrain a eu lieu en mai 2021.

Nous publions, dans cet article, les résultats de recherche les plus importants pour notre secteur en termes d'audience, d'utilisation et d'impact du folder tout comme du profil du lecteur.

93%

Tableau 1: Portée du folder

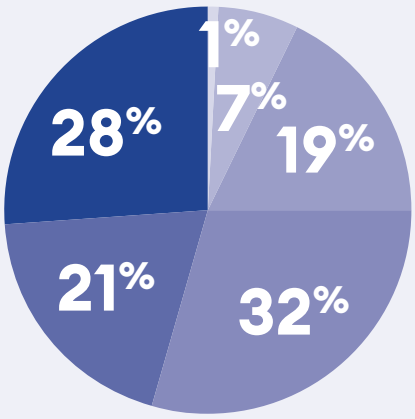


Base : Base: tous les Belges (n=1.004)

Portée du folder:

- 93 % des consommateurs belges lisent ou feuillètent des folders, mais les Belges sont orientés omnicanal (voir tableau 1).
- Les folders sont lus ou feuilletés par 2 personnes en moyenne au sein d'un ménage. Cela signifie que l'audience effective du folder est deux fois plus élevée que l'audience maximale de 4,5 millions de boîtes aux lettres belges (Belges sans autocollant STOP PUB).
- Même les consommateurs qui ne reçoivent pas de folders dans leur boîte aux lettres en raison de l'autocollant STOP PUB, les lisent ou les feuillètent sur papier ou numériquement (73%). Ils reçoivent les dépliants par l'intermédiaire d'amis ou de membres de la famille, de voisins, les consultent dans des lieux publics ou les reçoivent par courrier adressé.

Tableau ❷: Durée de lecture du folder

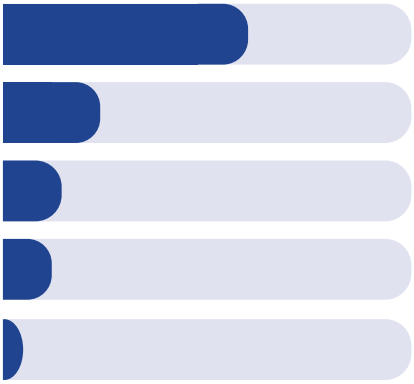


18 min.
par semaine

1%	Plus de 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.

Base: lecture de folders papier (n=893)

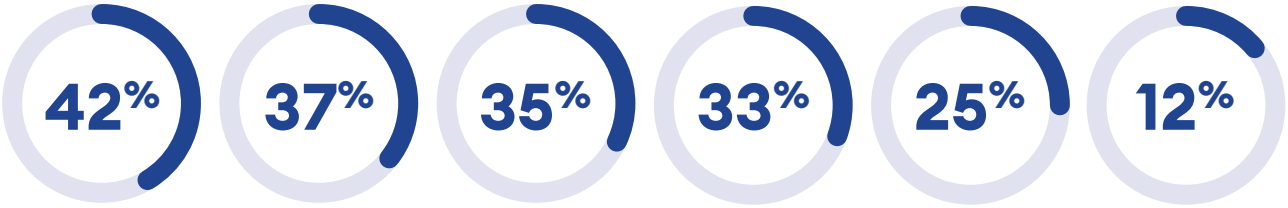
Tableau ❸: Fréquence de lecture du folder



54%	Systématiquement chaque semaine
23%	Presque chaque semaine (3 à 4/mois)
11%	Souvent (2X/mois)
8%	De temps à autre (1X/mois)
4%	Rarement (moins de 1X/mois)

Base: lecteurs de folders papier (n=893)

Tableau ❹: Lecture active du folder



Les sélectionnent sur base de leurs centres d'intérêts	Les parcourent immédiatement	Les sélectionner sur la base des magasins dans lequels ils veulentse rendre	Conservent les folders papier saisonniers plus longtemps	Les mettent de côté pour les parcourir plus tard	les lisent plusieurs fois jusqu'à l'arrivée d'un nouveau lot

Base: Belges sans autocollant STOP-PUB (n=848)

Utilisation du folder:

- Le Belge prend son temps pour feuilleter les folders papier. Il y consacre en moyenne 18 minutes par semaine (voir tableau ❷).
- 96% des Belges qui lisent ou feuillètent des folders papier le font au minimum une fois par mois et 77% le font pratiquement toutes les semaines. (voir tableau ❸).
- La fréquence de lecture varie selon le secteur. Les folders des supermarchés, par exemple, sont les plus lus ou parcourus. Pas moins de 75 % des lecteurs de folders papier affirment qu'ils les lisent quasiment à chaque fois qu'ils atterrissent dans la boîte aux lettres. Des folders sur la mode, le bricolage, le jardin et les animaux, la décoration et l'ameublement complètent le top 5 des folders les plus lus. Les folders liés à des secteurs dont les intentions d'achat sont moins régulières, tels que l'automobile, l'immobilier, la banque et l'assurance, sont moins souvent lus ou parcourus.
- Le folder est lu activement. Il s'agit d'un support non intrusif: le consommateur décide du moment où il le sort de la boîte aux lettres et de celui où il le lit ou le feuillette. Voyez la différence en action dès la réception. (voir tableau ❹).
- Pas moins de 86 % des Belges qui dressent une liste de courses utilisent les folders publicitaires pour l'établir. Les produits du folder ont donc également plus de chance de se retrouver sur la liste de courses du consommateur.
- 72% des Belges ont utilisé un bon de réduction au cours des 3 derniers mois. Il est frappant de constater que 73% ont utilisé un bon provenant d'un folder. Le bon de réduction offre donc des opportunités en termes de rendement et il encourage les consommateurs à acheter des produits.

Appréciation et impact du folder:

- Le folder papier épaule le consommateur dans sa décision d'acheter certains produits. La moitié des personnes interrogées déclarent acheter régulièrement des produits des folders (48%) et se sentent incitées à se rendre dans certains magasins (46%).
- Les Belges sont fans de folders papier. En lien avec la fréquence de lecture, ce sont également les folders des supermarchés qui arrivent ici en tête: 69 % des personnes interrogées déclarent qu'ils prennent plaisir à les lire.
- Le folder est vécu comme un support informatif et est apprécié en raison de son caractère non intrusif. (voir tableau 6)
- Le folder est un support puissant dans le paysage médiatique. C'est la forme de publicité la moins dérangeante qui encourage également le plus les consommateurs à agir. Les magazines obtiennent également de bons résultats, ce qui souligne le pouvoir des médias imprimés en général.
- Les bloqueurs de publicités sont utilisés par les consommateurs pour tous canaux médiatiques, mais ils sont de loin le moins utilisés pour les folders: le pourcentage de 'bloqueurs de publicités' est nettement plus élevé pour tous les autres médias. (voir tableau 5)

Profil du lecteur de folders

- La proportion de PRA (= personne responsable des achats) qui lisent les folders papier (89 % à 91 %) est plus élevée que celle de non-PRA.
- Le pourcentage de jeunes lisant ou feuilletant des folders est comparable aux autres tranches d'âge. Les jeunes les consultent aussi longtemps que les autres tranches d'âge, mais le font un peu moins fréquemment.
- Les jeunes lisent plus souvent les folders numériques, tandis que les plus de 55 ans et les classes sociales inférieures optent pour la version papier. Ces derniers le font un peu plus fréquemment et consacrent plus de temps chaque semaine à la lecture de dépliants.

Tableau 5 : Appréciation du folder

	Folder	TV	Radio	Magazine	Sociale media	Online reclame
Non dérangeant	86%	35%	41%	73%	33%	34%
Informatif	72%	43%	31%	45%	26%	38%
Incite à agir	68%	34%	24%	37%	27%	39%
Incite à découvrir de nouveaux produits	67%	46%	27%	39%	32%	40%

Base: tous les Belges (n=1.004); % 'score 6/10 ou plus'

Tableau 6 : Les raisons de lire un folder

Rationnel	
68%	Pour découvrir des offres spéciales
66%	Pour rechercher des offres spéciales en magasin
55%	Pour comparer des prix
48%	Pour se renseigner sur l'offre de (nouveaux) produits sur le marché
39%	Pour chercher de nouvelles informations sur le magasin/l'annonceur
38%	Pour chercher des informations ciblées sur un produit
Émotionnel	
48%	Pour trouver de l'inspiration
44%	Pour rester au courant
44%	Parce que c'est sympathique/relaxant
37%	Pour trouver des idées cadeaux
35%	S'inquiètent de l'image positive de l'expéditeur

Base: lecteurs de folders papier (n=893); % '(tout-à-fait) d'accord'

Dans le Consumer Connection Survey 2021, également réalisé par BD myShopi, ils sont allés encore plus loin en interrogeant les consommateurs par rapport à leur support préféré pour recevoir de la publicité. Plus de la moitié des personnes interrogées ont choisi le folder publicitaire papier en tant qu'un de leurs supports préférés. Lorsque les consommateurs n'étaient autorisés qu' à indiquer un seul support favori, le succès du folder est resté intact. 4 personnes sur 10 ont choisi le folder comme support favori absolu. Le courrier électronique (17 %) et la télévision (14 %) complètent le top 3. Il est également frappant de constater que le folder occupe la première place dans toutes les tranches d'âge et que le support dans le top 3 est le même pour tous les âges.

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

Contactez ann.kestens@febelgra.be si vous souhaitez recevoir l'enquête complète.

PUB

Grandes avancées d'HP Indigo sur le plan de la vitesse et de la valeur ajoutée

Avec le lancement de la presse numérique HP Indigo V12, HP se pose une fois encore en chef de file de l'innovation. Cette presse à étiquettes petite laize, offrant jusqu'à 33 cm de largeur d'impression, peut imprimer 120 mètres linéaires par minute grâce à la technologie LEPx révolutionnaire. Et HP est à la pointe également sur le plan du développement durable. La production des presses est entièrement neutre en CO_2, et le programme Certified Pre-owned Presses d'HP Indigo remporte un vif succès : pas moins de 40 % des presses existantes sont réutilisées.

La presse numérique HP Indigo V12 est la première-née de la plate-forme Série 6 intégrant la technologie LEPx, nouvelle évolution du procédé original à électrophotographie liquide (LEP) qui permet à HP Indigo de se démarquer résolument par rapport à l'ensemble des autres fournisseurs. Ce qu'en dit Marcel Martens, Regional Business Manager d'HP Indigo : « La presse est équipée de six moteurs d'imagerie, couplés chacun à deux postes d'encrage. L'imprimeur peut donc ainsi disposer de pas moins de 12 encres uniques dans la presse. L'image générée dans une résolution de 1 600 dpi est transférée en un seul passage à la courroie-blanchet par les six moteurs d'imagerie, et l'ensemble est reporté en une seule fois sur le support. De quoi obtenir une qualité et une netteté inégalées à la vitesse de 120 mètres linéaires par minute en hexachromie. » Avec la nouvelle presse numérique HP Indigo V12, HP place de nouveau plus haut la barre et confirme son rôle d'innovateur.

Couleurs de marques fidèles

Avec Spot Master, HP lance un nouvel outil d'automatisation qui permet aux transformateurs d'assurer la correspondance avec des couleurs de marque ou des tons PMS en quelques minutes. Explication de Rien Zetzema, Technical Consultant HP Indigo : « Il suffit à l'opérateur de mesurer une couleur spécifique, après quoi l'outil effectue rapidement un calcul précis des adaptations à apporter sur la presse suivant un algorithme breveté. Spot Master fonctionne également avec les supports transparents ainsi que pour le blanc couvrant, ce qui rend les possibilités d'application pratiquement infinies. En plus de garantir une productivité accrue, les calages plus rapides et la meilleure prévisibilité réduisent aussi fortement la gâche. » Spot Master sera disponible sur les HP Indigo 35K, 25K et 8K, ainsi que sur la presse numérique à étiquettes 6K.

6000 feuilles au format B2

En format B2, HP lance la HP Indigo 100K Digital Press quatre couleurs, première représentante de la nouvelle plate-forme Série 5. Marcel Martens encore : « La machine atteint une cadence de 6 000 feuilles par heure en mode Haute productivité : l'idéal pour les petits tirages ou les commandes de plus longue haleine à données variables, et les volumes de production de plus d'un million de feuilles B2 recto par mois. La presse peut être alimentée à partir d'un maximum de cinq tiroirs, ce qui permet aussi de basculer rapidement entre les commandes et les types de papier. Une autre nouveauté est le kit pour forts grammages sur la HP Indigo 15K Digital Press, qui autorise des papiers et cartons jusqu'à 600 microns. Une option qui ravira plus d'un imprimeur car les cartes de visite d'aujourd'hui ne sont jamais assez épaisses, sans compter que la porte est ainsi grande ouverte à l'impression d'emballages. »

Perspectives et nouvelle vie

Comme les autres constructeurs de presses, HP a souffert de la pandémie. Mais l'un dans l'autre, tout va bien, dit Marcel Martens. « Nous avions noté une baisse significative de notre carnet de commandes au début de la crise du coronavirus. Mais le quatrième trimestre 2020 a vu une forte hausse des ventes, avec une augmentation sensible des volumes d'impression à partir du mois de mai de cette année. Notre programme HP Indigo Certified Pre-owned Presses rencontre lui aussi un succès phénoménal. Quand la conjoncture est incertaine, il est bon que les clients puissent faire le choix d'un investissement à bon prix tout en conservant la garantie d'avoir une presse qui est comme neuve. Toutes les pièces sensibles à l'usure sont en effet remplacées. Plus de 40 % des presses vendues reprennent ainsi du service dans le cadre du programme de remise à neuf, et en ce moment, la demande est supérieure à l'offre. Une bonne chose, donc, tant pour le client que pour l'environnement. »

De plus amples informations sur les solutions HP Indigo? Contactez Johan Steylaerts: johan.steylaerts@hp.com / +32 474943621

NOUVEAU MEMBRE

Planeet Noom

Un design sur mesure venant d'une autre planète

Je crois au pouvoir d'une histoire personnelle et j'essaie de la traduire à travers le produit.

Il manquait, pour Naomi véritable mille-pattes créatif, un petit quelque chose dans sa profession d'ergothérapeute plutôt structurée. Alors qu'elle suivait également des cours depuis des années à l'académie des beaux-arts, elle décide soudainement de changer de cap. C'est ainsi qu'est né le studio d'illustration et de design Planet Noom à Herzele, en Flandre orientale.
«Je créais des illustrations et des dessins pour la famille et les amis depuis un certain temps, mais j'ai toujours eu du mal à les convertir en un produit numérique. C'est pourquoi j'ai commencé une formation en graphisme au CVO il y a deux ans. En septembre, j'ai osé franchir le pas pour devenir designer indépendante, en combinaison à temps partiel avec mon métier d'ergothérapeute». raconte Naomi.
L'unicité réside dans le processus de conception. Il n'y a pas d'exemplaires standards disponibles chez Planet Noom, chaque design est fait sur mesure pour s'adapter au client.
«Je réalise principalement des conceptions thématiques telles que des cartes de Noël, de naissance et de mariage. Je crois au pouvoir d'une histoire personnelle et j'essaie de la traduire à travers le produit. Je pars toujours d'une feuille vierge dans mon carnet de croquis, puis je convertis l'illustration à l'aide de ma tablette graphique ou de mon scanner. De cette façon, je m'assure qu'aucun design ne soit le même. Mes études m'ont également permis de découvrir l'image de marque d'entreprise. Lors de la conception de logos, de cartes de visite ou d'une identité d'entreprise, cela peut parfois être un peu plus serré et cette variation est très agréable. J'essaierai toujours de laisser une impression artistique».

Nous souhaitons la bienvenue à Naomi dans le secteur et bonne chance pour l'avenir.

EN BREF

Autajon Labels

Remise du Innovation Award lors d'Empack 2021 à Luc Dierickx Senior Account Manager @Autajon Labels

Autajon Labels a remporté le prix de l'Innovation décerné par le public lors d'Empack 2021 pour ses étiquettes NFC. Grâce à l'étiquette intelligente d'Autajon Labels, vous pouvez entrer en contact avec le consommateur qui a acheté votre produit. Cela vous permet d'obtenir, entre autres, de nombreuses informations marketing personnalisées.

Comment cela fonctionne-t-il?
L'étiquette NFC contient une antenne grâce à laquelle vous pouvez communiquer rapidement et en toute sécurité. À l'image des paiements sans contact. Le consommateur active la fonction NFC sur son téléphone portable, scanne l'étiquette et le client se retrouve automatiquement sur votre site internet! Certaines choses peuvent parfois être tellement simples et rapides.

Group Joos

Group Joos investit chaque année dans de nouvelles techniques et de nouveaux services afin de continuer à évoluer. L'une de ces nouvelles techniques est la réalité augmentée. Pour cela, ils ont développé l'application VEEEW, qui place une couche virtuelle sur l'imprimé.
Via cette application générique, l'utilisateur consulte une image (imprimée) par le biais de son smartphone ou de sa tablette. Cela enclenche automatiquement une communication supplémentaire dans l'application. Celle-ci peut prendre diverses formes interactives : vidéo, animation, audio, boutons interactifs (URL, email, sonnerie, réseaux sociaux...), images en 3D.
Le choix de la langue est également possible.
VEEEW transforme ainsi chaque imprimé en un vendeur parlant et mobile.

'La voiture apparait lors de l'utilisation de l'application'.

Nouveaux membres

Toner de Presse

Planeet Noom

Don Bosco
Sint-Denijs-Westrem

Pro Carton Young Designers Award

Pour la troisième année consécutive, ce sont des étudiants de l'option Médias graphiques et numériques de L'Arteveldehogeschool à Gand qui ont remporté les Awards Pro Carton Young Designers! Leur travail a été sélectionné parmi plus de 500 entrées. Félicitations!

ACTIVITÉS

La Réception du Nouvel An

Château Rozelaar

21.1.2022

Febelgra vous invite, vous et votre partenaire, à sa réception du Nouvel An qui se déroulera cette année le 21 janvier au Château Rozelaar, à Lochristi.

Nous sommes heureux de vous accueillir dans la Grande Grange, située sur le site classé du domaine du Château Rozelaar à partir de 18h30. Après l'apéritif, nous aurons le plaisir de vous présenter nos projets pour 2022, suivi par un Walking Dinner. Après le dîner, nous aurons l'occasion de pourvoir réseauter au 'Casino'. Ce sera sans aucun doute un événement très agréable.

Programme:

- 18h30-19h15: Drink d'accueil et bouchées apéritives
- 19h15-19h30: Discours de bienvenue
- 19h30-21h30: Walking dinner culinaire
- 21h30-24h00: Réseautage au casino

Lieu:
Stationsstraat 105a
9080 Lochristi
Il y a suffisamment d'emplacements de stationnement à votre disposition sur le site.

Exclusivement pour les membres de Febelgra. La participation est gratuite, l'inscription est obligatoire. Vous pouvez ainsi que votre partenaire, vous inscrire via la page des événements. sur www.febelgra.be ceci de préférence avant le 14/1/2022.

Workshop **Design Trends 2022**

09.12.2021

La fin 2021 approche à grands pas. Il est grand temps de jeter un coup d'œil à ce que 2022 nous réserve en termes de couleurs et de graphisme. Lors de cet atelier, plongez-vous dans un bain rempli de tendances en typographie, en composition d'image, en utilisation de la couleur et plus encore. Apprenez également des techniques et des astuces photographiques qui sont actuellement à la mode pour faire passer la conception graphique à un niveau supérieur.

Lieu: King George Café – Driekoningenstraat 48 – 9100 Sint-Niklaas
Durée: de 9 à 12h
Présentation: Catena Company – Patrick Toebosch

ACTIVITÉS

Prévention & Sécurité

Supposons que vous achetiez une presse d'impression numérique neuve ou d'occasion... Votre rapport de mise en service est-il bien en ordre avant que votre machine n'entre en production?

Supposons qu'un de vos collaborateurs se brûle sur une plaque d'impression... Disposez-vous d'une fiche d'instructions de sécurité valide pour cette machine?

Ou encore: le plan d'action annuel doit être établi pour la prévention et la protection au travail... Comment dois-je m'y prendre?

Ce ne sont là que 3 exemples qui montrent à quel point il est important de vérifier si vous êtes en conformité avec la réglementation (parfois complexe) en matière de prévention et de sécurité au travail.

Afin d'optimiser votre politique de prévention et de sécurité au travail, Febelgra a conclu un partenariat avec INNIwise, la boîte à outils en ligne pratique pour la sécurité au travail.

Lors du webinaire 'La sécurité du travail dans le secteur graphique' organisé le 18/10 en collaboration avec INNIwise, cette boîte à outils a été approfondie en détail.
Cette boîte à outils vous permet, en tant que chef d'entreprise, d'assumer parfaitement la fonction de conseiller en prévention et/ou d'optimiser davantage votre politique de prévention au sein de votre entreprise. Cela vous évite immédiatement de faire appel à un conseiller externe.

Que pouvez-vous trouver exactement dans cette boîte à outils:

1. Des documents pratiques (modèles), tels que:

   A. Le rapport de mise en service: une liste de contrôle dans laquelle les données doivent être saisies sur l'entreprise, le commissaire, l'identification de l'équipement de travail (type de machine, numéro interne, fournisseur, année de construction,...), la conformité au regard des exigences de sécurité, de fonctionnement et utilisation et CE. Avec l'avis du conseiller en prévention (médecin du travail) en guise de conclusion.
   B. Analyse des risques: cette analyse se fait sur base d'un questionnaire basé sur son expérience. Une analyse des risques a-t-elle été établie dans le passé? Existe-t-il une fiche d'instructions de sécurité?,... Analyse des tâches: basée sur la méthode de Fine & Kinney. Cette méthode permet d'estimer l'ampleur des risques et de déterminer les actions à entreprendre.
   C. Carte d'instructions de sécurité: Cette carte doit obligatoirement figurer sur la machine et rassemble les directives importantes pendant et après l'utilisation de la machine. Assurez-vous d'en discuter au préalable avec l'opérateur pour vous assurer que tout est clair.

Vous y trouverez également de nombreux documents complétés (notamment sur l'Isopropanol), ainsi qu'une brochure d'accueil pour les nouveaux travailleurs. Toujours utile.

2. La législation en vigueur
3. Les Podcasts sur des sujets de Prévention & de Sécurité au travail
4. Les formations

Enfin et surtout, vous pouvez contacter un panel d'experts pour toutes vos questions et partager les «bonnes pratiques» entre vous.
Cela fait également partie de la boîte à outils et ceci sans aucun frais supplémentaire.

En tant que membre de Febelgra, vous pouvez accéder à cet outil pratique à un prix avantageux et profiter en exclusivité d':

- Un abonnement d'essai gratuit pendant 14 jours
- Une réduction conséquente de 20% sur l'abonnement annuel qui s'élève à € 954.

Vous pouvez également demander une démo (démonstration de la boite à outils via Teams).

Pour plus d'informations sur l'avantage tarifaire et l'abonnement veuillez contactez :
marisa.bortolin@febelgra.be
(tél. 02 680 06 65) ou
rachel.retica@innigroup.com
(tél. 056 36 32 09) en direct en précisant votre affiliation à Febelgra

INNIwise
working in a safe environment

UPDATE CHIFFRES

Salaires et charges

L'indice santé du mois de novembre 2021 s'élève à 115,20.

Travailleurs CP 130

Le nouvel indice lissé pour novembre 2021 est de 111,27, ce qui signifie que le disque de stabilisation de 111,19 a été dépassé. Il y a, par conséquent,une indexation en décembre 2021

Employés CP 200

Les salaires réels seront indexés au 1er janvier 2022 sur base de la formule suivante : la moyenne arithmétique des indices de novembre/décembre 2021 divisée par la moyenne de novembre/décembre 2020.
L'indice prévisionnel au 01.01.2022 s'élèvera à 3,55%.

Pourcentages onss au 01.10.2021

	OUVRIERS			EMPLOYÉS		
	entreprise 1	entreprise 2	entreprise 3	entreprise 1	entreprise 2	entreprise 3
	<10 psl	10-19 psl	≥ 20 psl	<10 psl	10-19 psl	≥ 20 psl
Montants de base	19,88	19,88	19,88	19,88	19,88	19,88
Montants divers	11,08	12,77	12,82	5,51	7,20	7,25
Fonds de sécurité d'existence	1,31	1,61	1,61	0,23	0,23	0,23
Total montants employeur	**32,27**	**34,26**	**34,31**	**25,62**	**27,31**	**27,36**

Le paiement unique pour les vacances annuelles n'est pas repris dans ce tablea.

Charges sociales

Ouvriers à partir du 01.08.2021	1 ÉQUIPE		2 ÉQUIPES		3 ÉQUIPES	
Frais inhérents au temps de travail 1	1,1995	19,95%	1,2912	29,12%	1,4990	49,90%
Frais inhérents au temps de travail 2 sans charges sociales	0,0248	2,48%	0,0256	2,56%	0,0256	2,56%
Charges sociales	1,5303	53,03%	1,5303	53,03%	1,5303	53,03%
Charges sociales salariales	**1,8604**	**86,04%**	**2,0016**	**100,16%**	**2,3196**	**131,96%**

Calcul basé sur une entreprise de ≥ 20 travailleurs et de classe salariale XIV. Il est tenu compte du non-versement du prélèvement anticipé de 22,80% pour travail en équipes.

Employés à partir du 01.10.2021		
Frais inhérents au temps de travail 1	1,2365	23,65%
Frais inhérents au temps de travail 2 sans charges sociales	0,0882	8,82%
Charges sociales	1,3106	31,06%
Charges sociales salariales	**1,7087**	**70,87%**

Il n'est pas tenu compte de la diminution structurelle des charges, des éco-chèques d'un montant de 250,00 EUR (employé à temps-plein) et la prime de 250 EUR (introduction en 2016).

Indice salarial

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

Indices papier

Date	Offset sans bois	Maco sans bois	Maco avec bois
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

L'indice papier exprime l'évolution des prix du papier, une des principales matières premières de l'industrie graphique. Des indices sont calculés pour le papier Offset sans bois, Maco sans bois et Maco avec bois. La période de référence est les prix au 01.01.1973. Les indices des prix du papier ont été portés à 100 à cette date.

Vous trouverez les chiffres les plus récents sur notre site www.febelgra.be sous Services / Commercial / Etiquette SMI. Les auteurs, la rédaction et l'éditeur veillent à la véracité des informations publiées, pour lesquelles leur responsabilité ne peut être engagée.

PUB - FOCUS SUR LE PAPER

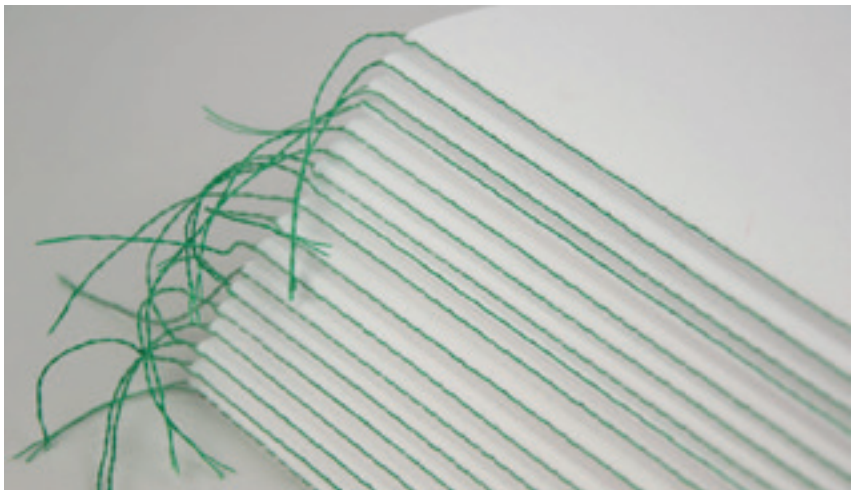
Lessebo: le papier le plus respectueux du climat au monde!

Provenant des forêts suédoises
Lessebo Paper se situe dans une zone densément boisée entre de grands lacs peu profonds à l'intérieur du Småland, en Suède. Génération après génération, nous avons produit du papier et développé ainsi le papier le plus respectueux de l'environnement au monde. Il est dans notre nature de prendre soin et de chérir l'environnement pour les générations à venir. Le résultat de notre travail acharné est un papier entièrement biodégradable et recyclable, composé à 100 % de pâte TCF. Fabriqué de manière responsable pour notre environnement- et des générations à venir.

Plus d'arbres sont plantés que récoltés	Pas de déchets pour la décharge	Énergie issue de sources renouvelables	Rejet d'eau propre
Toutes les activités forestières sont certifiées FSC® et/ou PEFC™	Les déchets que nous ne pouvons pas recycler sont donnés aux producteurs locaux de biocarburant	L'énergie produite à partir de déchets alimente les maisons de Lessebo en chauffage urbain	L'eau rejetée par notre fabrique de papier est plus propre que l'eau que nous consommons.

Climatiquement positif
Pendant le cycle de production, il est inévitable que du CO2 soit émis, même si Lessebo Paper se concentre sur une utilisation très efficace des ressources. La compensation des émissions carbone est donc un moyen d'assumer la responsabilité de ces émissions inévitables en investissant dans des activités de réduction de CO2 en dehors de l'entreprise. Nous neutralisons les émissions liées à la production de papier en investissant dans les forêts locales pour augmenter la capacité ou les puits de carbone grâce à la reforestation. En effet, les forêts absorbent plus de CO2 que nous n'en émettons. C'est pourquoi Lessebo Paper est une usine climatiquement positive qui produit du papier climatiquement positif.

First Impression est imprimé sur du Lessebo Design 1,3 White 130g/m².



Vous souhaitez en savoir plus sur notre boussole climatique?
Scannez le code QR ci-dessous:

Partners in creativity

EASYPAY GROUP
INNOVATION IN HR

Monizze

antalis
Just ask Antalis

SELECT

STOKVIS TAPES

Lab9 PRO

hp

suez

GRAFITYP
makes you stick

DATALINE

Paper is Nature
IGEPA

OUD PAPIER
JOZEF MICHEL

PAPYRUS

HEIDELBERG

PRINT MAKES
IMPRESSION

Driving
home for
CHRISTMAS

WE LOVE
PRINT

A LOVELY
CHRISTMAS

POUR TOI

HO
HO
HO

À ouvrir à
NOËL

Le plus chouette
CADEAU
sous le sapin

MERRY
CHRISTMAS

BOOKS ARE
HUMANITY IN
PRINT

Jac Brilliant 80 gr./m² - white neutral permanent – delivered by Lecta.