

Febelgra
united in
graphics

n°07

FIRST

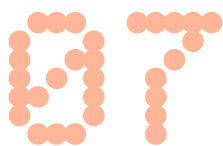
juillet 2023

Bulletin mensuel de la fédération des industries graphiques asbl

IMPRESSION



édition



3

Édito

4

Rapport de l'Assemblée Générale

8

La lutte contre les allégations trompeuses en matière d'environnement et de durabilité

10

Erratum des chiffres du secteur

11

Nouveau membre : Imprimerie Musch

12

La balance commerciale graphique 2022

14

L'industrie graphique européenne

16

Impact des suspensions de contract de travail sur les vacances annuelles

17

Modifications de l'imputation du pécule de vacances

19

La question du mois

20

Update chiffres

22

En bref

23

Focus sur le papier : Eco Kraft

24

Partners in Creativity



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
www.instagram.com/febelgra

Rédaction Kelly De Meuter - Kelly Ciancimino - Marisa Bortolin - Jeroen Van Eetvelde - 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

La morte-saison à nouveau...

Oui, mais nous restons 'Impressionneurs' !

Marc Vandenbroucke
Directeur Général

Bientôt, ce sera à nouveau la morte-saison. En effet, c'est une période estivale plutôt calme qui s'annonce où il y a moins de nouvelles et d'activités commerciales. Il est temps de se détendre et de profiter de vacances bien méritées pour tous.

Certains sujets restent cependant d'une brûlante actualité pour nous et notre secteur.

Tout d'abord, il y a '**Les Impressionneurs**'. Dans le sillage de notre Assemblée Générale du 8 juin, ce projet a été présenté avec succès en avant-première aux membres et partenaires de Febelgra (rapport en page 4 de cette édition). Ce coup d'envoi était exclusivement réservé à nos membres, mais la campagne devrait réellement débiter fin août avec une grande campagne télévisée en Wallonie et en Flandre. C'est également au même moment que le site www.impressionneurs.eu sera pleinement opérationnel. Nous vous tiendrons informés et fournirons également un package exclusif pour les membres de Febelgra (utilisation du logo, vidéo, etc.). Coming soon !

Ensuite, Febelgra a envoyé une lettre aux cabinets du ministre Van Peteghem et du Premier ministre De Croo concernant le plan de réforme fiscale qui prévoit une augmentation de la **tarification de la TVA** de 6 à 9 %, ce qui pourrait

pénaliser un bon nombre de nos produits graphiques. Nous voulons absolument éviter cela, mais la question est de savoir comment Vivaldi gèrera cette situation.

Nous suivons également de près le dossier de **l'autocollant 'oui/oui'**. Comme nous l'avons communiqué dans une précédente newsletter à nos membres, ce dossier ne pourrait pas être mis en oeuvre à court terme. Cependant, il est clair à présent que la ministre Demir souhaite tout de même insérer ce principe au sein du Vlarema 9 (règlement flamand relatif à la gestion durable des cycles de matériaux et des déchets), ce qui rendrait ce système d'opt-in d'application à partir du 1er janvier 2025. Ce qui n'est évidemment pas réaliste. C'est pourquoi nous avons également adressé une lettre aux institutions gouvernementales concernées, exprimant nos préoccupations à ce sujet et ce, en collaboration avec des partenaires concernés (BD media, Comeos, Bpost, Beci, Unizo, We Media, BAM, Médiapub, et autres).

En ce sens, il n'est donc pas question de morte-saison. Mais toute l'équipe de Febelgra vous souhaite de tout cœur d'excellentes vacances !

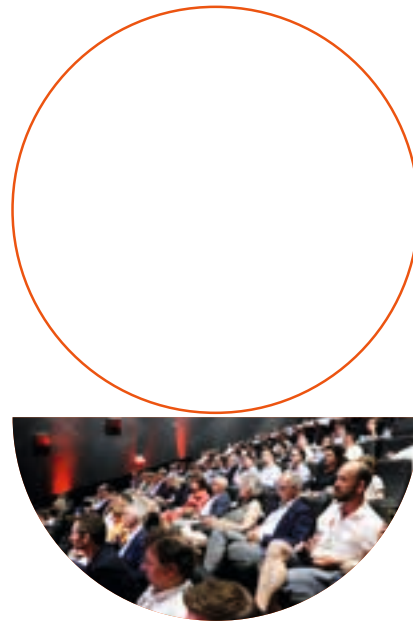
Même le First Impression prendra un mois de congé. Rendez-vous en septembre pour la prochaine édition.



**LES
IMPRESSION
NEURS**

ACTIVITÉ

Une soirée haute en impression l'Assemblée Générale annuelle de Febelgra marque le lancement de la campagne 'Les Impressionneurs'



Le 8 juin, fut le jour 'J' de notre Assemblée Générale annuelle. Le complexe cinématographique Kinopolis Brussels était 'The place to be'. Donaat Deriemaeker était le présentateur de l'évènement et a animé la soirée avec son enthousiasme entraînant.

L'Assemblée Générale

Après un chaleureux mot de bienvenue de notre Président, Denis Geers, et du Directeur Général, Marc Vandenbroucke, l'Assemblée Générale a pu officiellement commencer.

L'ordre du jour s'est poursuivi avec plusieurs formalités de convocation et l'approbation du rapport de l'année précédente. Ensuite, les comptes annuels de 2022 et le budget de 2023 ont été approuvés. Nous avons également accueilli de nombreux nouveaux membres.

Bienvenue à Helios Packaging, Illochroma, W.H. Brady, Kartonnagebedrijf Mels, Symeta Hybrid, VPrim Imprimerie, Nuance4 Copyhouse, Imprimerie Musch, Envelnor Export, Axa Belgique et Speos Belgique ! Notre fédération continue de grandir et nous ne pouvons qu'en être très fiers.

Nous avons également accueilli Femke Helon en tant que nouvelle administratrice. Félicitations ! Nous avons ensuite transmis nos aurevoirs aux administrateurs Birgit Hendrix et Jean Van Houtryve. Merci pour vos nombreuses années d'engagement ! Les mandats des administrateurs en place ont été renouvelés.

La partie formelle s'est terminée par les modifications des statuts et du règlement interne.

En avant-première

Le temps fort de la soirée a été réservé pour la deuxième partie : le coup d'envoi tant attendu de : 'Les Impressionneurs'. Flup Coppens d'Hôtel Hungaria, notre compère et partenaire médiatique, nous a exposé la campagne.

Nous connaissons tous la raison de cette initiative. L'imprimé est sous pression : pression numérique, pression écologique, pression d'image, pression politique, pression de prix... Pourtant, l'imprimé fait toujours forte impression.

Alors comment faire en sorte que 11 millions de Belges soient à nouveau impressionnés par l'imprimé ? En mettant l'accent sur l'influence positive de l'imprimé sur chacun d'entre nous. Voilà pourquoi nous avons lancé le mouvement : Les Impressionneurs.

**LES IMPRESSIONNEURS
EST UN MOUVEMENT
DURABLE ET COLLECTIF
AVEC UNE MISSION :
DONNER UNE
IMPRESSION POSITIVE
DU SECTEUR GRAPHIQUE
ET FAIRE EN SORTE QUE
11 MILLIONS DE BELGES
SOIENT A NOUVEAU ET
DAVANTAGE PARTISANS
DE L'IMPRIMÉ.**



Nous avons pu voir en avant-première le coup d'envoi de cette campagne prometteuse : un court-métrage plein d'émotion. Le spot de 90 secondes, qui sera bientôt diffusé au grand public, illustre d'une manière prenante l'impact qu'a l'imprimé. Il nous a donné la chair de poule et s'est conclu par une salve d'applaudissements. Ce court-métrage marque le début d'un plan étalé sur deux ans qui vise à sensibiliser la valeur de l'imprimé, à corriger les perceptions du papier et de l'imprimé en tant que produits polluants, à accroître l'attractivité du secteur sur le marché de l'emploi et à démentir les dogmes pesant sur le secteur par le biais de diverses activités sympathiques. **En bref, nous allons montrer l'impact impressionnant de l'imprimé. Et vous le faire vivre.**

Special guests

L'une des invitées spéciales de la soirée était Zita Kimpe. Cette jeune fille de 15 ans joue le rôle principal dans le court-métrage et ne pouvait évidemment pas manquer l'avant-première de ses débuts d'actrice. Elle nous a parlé du casting et du déroulement du tournage. De plus, elle nous a promis solennellement de penser à nous lorsqu'elle remportera son premier Oscar.

Nous avons terminé avec l'ancien cycliste professionnel Sven Nys. Il a mis fin à sa carrière en 2016 après 18 saisons professionnelles. Il n'a ensuite jamais rencontré de moments creux : Team manager chez Telenet-Fidea, ambassadeur du Sven Nys

Cycling Center, commentateur et analyste. Avec le même enthousiasme qui le caractérisait en tant que croqueur, Sven est resté actif dans le cyclisme.

Le 'Cannibale de Baal' voit de nombreuses similitudes entre le monde entrepreneurial et le cyclisme. "Nous sommes soumis à une pression énorme, avons besoin d'avoir une vision et une structure claires, et surtout, de beaucoup de passion". Selon lui, il est extrêmement important de placer la barre suffisamment haute pour laisser de la place à la croissance et au développement, tout en veillant à ce que cela soit réalisable. Un environnement de travail positif est également essentiel, où l'égalité et le respect de chacun sont centraux. "Si vous voulez faire quelque chose, vous devez y croire à fond et ne pas chercher d'excuse. **Les gagnants ont un plan, les perdants ont une excuse**". Une belle leçon de vie de Sven dont nous pouvons tous nous inspirer désormais.

Une soirée de clôture agréable

La soirée s'est terminée par un agréable walking dinner, durant lequel nous avons pu discuter, réseauter avec les collègues du secteur et faire de belles photos au photobooth. Nos partenaires ont concocté un joli goodiebag pour que vous ne rentriez pas chez vous les mains vides. Ce fut, une fois de plus, un réel plaisir de vous accueillir à notre Assemblée Générale et nous nous réjouissons de vous revoir lors d'un prochain événement.

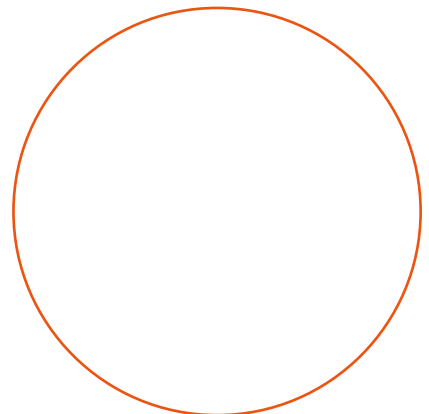
IMPRESSONNER TOUS ENSEMBLE

'Et maintenant?', vous entendons-nous penser. Nous vous remercions d'ores et déjà pour votre enthousiasme, car il est clair que vous êtes impatient de devenir un *Impressionneur*. Nous vous demandons de patienter encore un peu jusqu'au grand lancement. Celui-ci est prévu pour ... 'roulement de tambour'... fin d'août. À partir de cette date, la campagne sera lancée auprès du grand public. Avec tout ce qu'il faut. D'ici là, vous recevrez toutes les informations et la documentation nécessaires pour lancer cette campagne tous ensemble.

Ensemble, nous créerons le plus grand impact et ferons grande impression.

Nous l'attendons impatientement !

**LES
IMPRESSION
NEURS**



Vous avez envie de voir toutes les photos ? Elles se trouvent sur notre site web sous la rubrique 'Événements'!



La lutte contre les allégations trompeuses en matière d'environnement et de durabilité



Quelles implications pour le secteur graphique ?

L'ESSENCE :

Les entreprises qui affirment aux consommateurs que leurs produits sont verts, durables ou écologiques ne pourront le faire que si elles peuvent le prouver scientifiquement.

De nombreuses entreprises, y compris dans le secteur graphique, sincèrement engagées en faveur de la durabilité et de la transition écologique, investissent massivement dans ces domaines et souhaitent contribuer à un environnement sain (comme l'exige de plus en plus la législation) et le font savoir à leurs clients. D'autres se joignent à la tendance et se déclarent trop facilement être 'verts', au détriment de la réputation et des efforts des premiers.

Le consommateur désireux d'acheter des produits verts a du mal à faire la distinction parmi la multitude de revendications (auto-proclamées) écologiques et de labels, faute de critères objectifs, et devient méfiant.

Les termes tels que 'durable', 'vert' et 'écologique' (par exemple, 'neutre en CO₂', 'emballage recyclé') sont sujets à interprétation et sont parfois utilisés de manière trompeuse..

Avec sa Directive sur les allégations environnementales, présentée le 22 mars 2023, l'Europe souhaite s'attaquer au problème d'écoblanchissement.

Les allégations écologiques doivent être fiables, comparables et vérifiables dans toute l'UE. La Directive vise à instaurer des conditions équitables et à permettre aux consommateurs de prendre des décisions éclairées concernant leurs achats. Enfin, la Directive vise à contribuer à une véritable économie verte et circulaire en éliminant les fausses allégations.

Cette législation s'appliquera à tous les secteurs et à tous les types d'entreprises. Seules les micro-entreprises seront exemptées.

Concrètement, les allégations environnementales des entreprises devront être certifiées au préalable par une tierce partie indépendante.

Au niveau national, des sanctions s'appliqueront aux entreprises qui enfreignent les règles.

LE 'GREENWASHING' OU ÉCOBLANCHISSEMENT DÉSIGNE LE FAIT DE PRÉSENTER DES PRODUITS OU DES PROCESSUS COMME ÉTANT PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT QU'ILS NE LE SONT RÉELLEMENT. CETTE PRATIQUE EST TROMPEUSE POUR LES CONSOMMATEURS ET EST INJUSTE POUR LES ENTREPRISES QUI S'ENGAGENT VÉRITABLEMENT DANS LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT.

Notre secteur dispose déjà de nombreux écolabels et réglementations environnementales. Intergraf a déclaré être en train de définir des paramètres environnementaux pertinents pour notre secteur dans le but de se conformer à la Directive. L'empreinte carbone et les discussions en cours sur les réglementations environnementales constitueraient déjà une bonne base pour soutenir les imprimeries. Intergraf se félicite de la Directive sur les allégations écologiques de l'UE et est convaincu que notre secteur sera bien armé pour y répondre. (Source : communiqué de presse d'Intergraf du 29.03.2023)

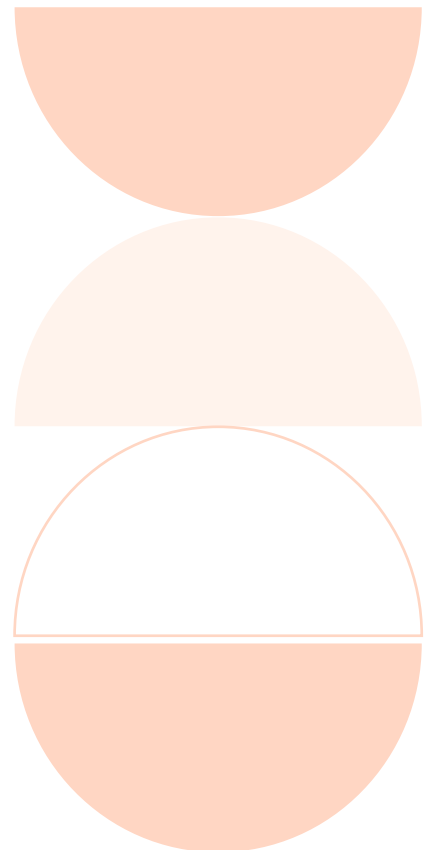
DANS LE SECTEUR GRAPHIQUE, IL EXISTE ÉGALEMENT SUR LE MARCHÉ DE NOMBREUX ÉCOLABELS ET DISPOSITIFS ENVIRONNEMENTAUX POUR LES MATÉRIAUX IMPRIMÉS.

Le principe sous-jacent de la Directive est une bonne chose. La législation contribuera à l'uniformisation des terminologies telles que 'durable' et 'écologique' et luttera, de manière générale, contre la prolifération de labels et d'allégations environnementales qui ne peuvent être vérifiés.

La paperasserie administrative supplémentaire sera probablement perçue comme un inconvénient, mais une fois que votre entreprise répondra aux exigences, cela renforcera votre crédibilité et on ne pourra jamais vous reprocher de pratiquer de l'écoblanchissement. Les entreprises qui fourniront des efforts bénéficieront d'un avantage concurrentiel et verront que leur image de marque sera encore plus soutenue.

On estime que les nouvelles exigences s'appliqueront à partir de 2026, bien que le texte final de la Directive soit encore loin d'être finalisé et adopté.

➔ **Des questions?** Contactez jeroen.vaneetvelde@febelgra.be



CHIFFRES SECTORIELS

Chiffres du secteur 2022

Erratum du pourcentage du chiffre affaires

L'édition précédente du First Impression traitait des chiffres du secteur pour 2022, qui nous sont parvenus à la toute dernière minute.

Le traitement rapide des chiffres nous ont joué des tours en ce qui concerne le chiffre d'affaires du secteur, raison pour laquelle le point 4 dudit article est reproduit ci-dessous dans son intégralité.

Pour éviter tout malentendu :

le tableau ① reprenant le chiffre d'affaires (voir ci-dessous) était tout à fait correct, mais certains pourcentages dans les commentaires doivent faire l'objet d'un avis rectificatif. Le chiffre d'affaires total du secteur (journaux non inclus) a augmenté de +10,03%, passant de € 2,129 milliards à € 2,343 milliards en 2022.

Cette correction de la mention précédente n'implique dans ce cas que de meilleures nouvelles.

Un beau constat après les pertes importantes de 2020 et 2021. La plus forte augmentation par rapport à 2021 se situe au niveau des imprimeurs qui ont rencontré une hausse de chiffre d'affaires de plus de +12%. Les entreprises de prépresse (+1,92 %) et les entreprises de finition (+6,76 %) affichent également des chiffres positifs, quoique dans une mesure plus modeste. L'augmentation du chiffre d'affaires en 2022 se situe donc principalement au niveau des imprimeries plutôt que dans les entreprises de prépresse.

Une constatation cependant durable : les caractéristiques particulières des dernières années corona nous obligent à établir objectivement une comparaison avec 2019. Cela nous donne l'image suivante :

- les imprimeries continuent d'enregistrer une perte de -14,67% de chiffre d'affaires par rapport à 2019
- les entreprises de finition suivent cette tendance avec une baisse de chiffre d'affaires de -9,81%
- les sociétés de prépresse, en revanche, augmentent leur chiffre d'affaires de +2,08%

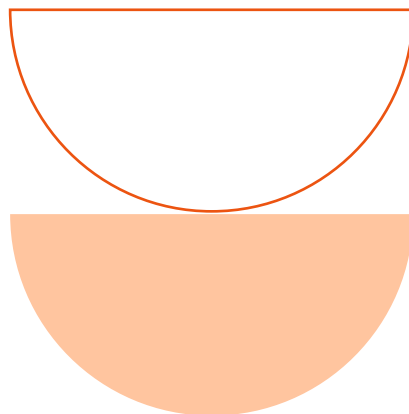
En 2022, après la pandémie, la reprise a été clairement contrecarrée en raison de la pénurie des matières premières, des énormes hausses de prix et de l'inflation des salaires.

Enfin, nous pouvons constater avec grand réconfort que le chiffre d'affaires des imprimeurs de journaux a augmenté de +13,58%. Historiquement – au vu de l'énorme baisse de ces dix dernières années – cette augmentation que l'on peut qualifier de modeste, signifie tout de même que les journaux imprimés ont retrouvé leur niveau de 2019.

Le chiffre d'affaires total du secteur (journaux inclus) en 2022 subira, par conséquent, tout de même une perte de -11,76% par rapport à 2019.

Tableau ① Chiffre d'affaires de l'industrie graphique par sous-secteur pour la période 2012-2022 (Source : SPF Economie)

	Imprimeries de journaux	Imprimeries	Prépresse	Finition	Total (journaux non-inclus)	Total (journaux inclus)
2012	160,30	2.151,30	467,60	61,90	2.680,80	2.841,10
2013	149,02	2.111,73	477,99	56,30	2.646,02	2.795,04
2014	140,79	2.182,01	463,57	55,78	2.701,36	2.842,15
2015	111,45	2.050,91	430,43	50,99	2.532,34	2.643,79
2016	58,45	1.947,08	422,04	49,25	2.418,38	2.476,83
2017	52,90	1.965,57	465,26	49,62	2.480,48	2.533,35
2018	44,04	2.003,64	465,39	47,98	2.517,02	2.561,05
2019	39,74	2.192,59	424,15	42,92	2.659,66	2.699,40
2020	31,80	1.806,97	379,88	37,52	2.224,37	2.256,17
2021	34,60	1.667,86	424,82	36,26	2.128,94	2.163,54
2022	39,80	1.870,86	432,96	38,71	2.342,53	2.381,83



NOUVEAU MEMBRE

IMPRIMERIE Musch

fournisseur
principal du secteur
pharmaceutique



Il y a de fortes chances que vous ayez déjà tenu entre vos mains un imprimé provenant de l'Imprimerie Musch. En effet, l'entreprise Musch est l'un des rares imprimeurs belges à produire des notices pour de nombreuses grandes entreprises pharmaceutiques en Belgique, en France, en Italie, en Pologne, en Angleterre et en Suisse.

L'imprimerie familiale Musch a lancé ses activités à Ath en 1946 en tant qu'imprimerie traditionnelle. La première demande d'impression de notices pharmaceutiques est venue en 1960, lorsqu'un grand groupe pharmaceutique s'est établi dans la région. Cela a conduit à l'expansion d'un parc de machines spécifiquement conçues pour l'impression et le pliage sur papier spécial.

Focus pharmaceutique

Un repositionnement majeur s'est produit durant la pandémie. Alors que l'impression événementielle était à l'arrêt, l'industrie pharmaceutique a continué à tourner à plein régime, tout comme les presses de l'entreprise Musch. "Nous avons répondu présent au secteur de la santé et rassuré

tant nos clients habituels que de nouveaux comptes, ce qui a permis de limiter considérablement l'impact économique de la pandémie sur nos activités" expliquent Patrick Wathieu, directeur et Anouk De Froy, directrice adjointe.

Aujourd'hui, l'imprimerie Musch travaille presque exclusivement pour le secteur pharmaceutique. L'impression de ces produits de niche n'est d'ailleurs pas tâche aisée. Par exemple, les spécifications techniques sont très nombreuses : du papier ultrafin de 37 grammes aux options de pliage les plus complexes.

Ce secteur exige également une qualité et une fiabilité hors normes. C'est pourquoi l'Imprimerie Musch est certifiée ISO9001-2015. Les procédures de contrôle, les certificats de conformité et les processus internes sont soumis à une réglementation stricte et sont constamment analysés dans un souci d'amélioration constante. "Nous sommes soumis à des contrôles stricts avec une marge d'erreur de 0 %. Nous procédons à un double contrôle à chaque phase.", confirme Anouk.

Les notices numériques ?

Anouk et Patrick réagissent sereinement sur l'intention européenne de mettre les notices sous forme numérique. "Nous n'en sommes pas encore là. Que faire si votre portable tombe en panne et que vous vous trouvez dans une situation mettant votre vie en danger ?

Un producteur pharmaceutique ne veut et ne peut pas prendre de tels risques. De plus, ces produits pharmaceutiques sont souvent exportés hors d'Europe, où la législation est différente".

Une approche d'équipe

L'un des principaux facteurs de réussite dans l'histoire de l'imprimerie Musch est l'esprit d'équipe. "C'est une équipe forte et polyvalente qui collabore bien ensemble. Chez nous, il n'y a pas de différence entre les ouvriers et les employés, les femmes et les hommes. Nous sommes tous responsables du produit final. Cette mentalité est extrêmement importante, car c'est la seule façon de pouvoir aller de l'avant tout en maintenant des critères de qualité élevés. "

Un regard vers l'avenir

Et ils continuent d'avancer. "Nous venons d'ajouter un nouveau client à notre liste, et nous allons augmenter notre capacité de production. Cela signifie une augmentation au niveau des machines mais également du personnel. C'est un pas majeur pour l'entreprise" explique Anouk, qui va reprendre les fonctions directoriales. Le défi à relever ? "La façon de travailler et la mentalité ne doivent pas changer. Ceux-ci, en combinaison avec nos normes de qualité élevées, sont notre plus grande force".

Nous souhaitons beaucoup de succès à toute l'équipe de l'imprimerie Musch !

CHIFFRES SECTORIELS

La balance commerciale graphique 2022 par groupe de produits

Dans l'édition précédente, nous vous avons déjà présenté les chiffres sectoriels des exportations et des importations, avec une indication de nos principaux partenaires commerciaux (pays).

Dans le présent article, nous abordons les mêmes chiffres, mais cette fois-ci par groupe de produits. Le tableau ① ci-dessous nous donne un aperçu des chiffres d'exportation en 2022 par groupe de produits. Le chiffre d'affaires à l'exportation des livres, brochures et imprimés similaires a augmenté de 13,1 % pour atteindre un peu moins de 258 millions d'euros. Il convient également de noter les baisses considérables des exportations des groupes de produits 4906 et 4907. La catégorie autres imprimés 4911 souligne la grande diversité du portefeuille graphique et reste la

plus importante avec un chiffre d'affaires d'exportation de près de 375 millions d'euros. Le tableau ② donne un aperçu des chiffres des importations en 2022 et de la balance commerciale. En termes d'importation, ce sont à nouveau les livres, les brochures et les imprimés similaires qui sont les plus frappants. Il est positif que les importations aient diminué de -4,1 % par rapport à 2021, mais avec une valeur de plus de 410 millions d'euros, cela signifie que nous souffrons d'un sérieux manque de compétitivité au sein de ce groupe de produits.

Tableau ① Balance commerciale 2022 groupes de produits, en milliers d'€ (Source : Agence pour le Commerce Extérieur)

GROUPE DE PRODUITS / PÉRIODE	EXPORT			
	2021	2022	Variation	Part
4901 - Livres, brochures et imprimés similaires, même sur feuillets isolés	227.555,7	257.360,8	13,1%	35,0%
4902 - Journaux et publications périodiques imprimés, même illustrés ou contenant de la publicité	54.375,7	49.683,8	-8,6%	6,8%
4903 - Albums ou livres d'images et albums à dessiner ou à colorier, pour enfants	26.626,2	29.953,0	12,5%	4,1%
4904 - Musique manuscrite ou imprimée, illustrée ou non, même reliée	30,7	56,3	83,3%	0,0%
4905 - Ouvrages cartographiques de tous genres, y compris les cartes murales, les plans topographiques et les globes, imprimés	2.019,3	2.895,6	43,4%	0,4%
4906 - Plans et dessins d'architectes, d'ingénieurs et autres plans et dessins industriels, commerciaux, topographiques ou similaires, obtenus en original à la main; textes écrits à la main; reproductions photographiques sur papier sensibilisé et copies obtenues au carbone des plans, dessins ou textes visés ci-dessus	1.232,8	118,4	-90,4%	0,0%
4907 - Timbres-poste, timbres fiscaux et analogues, non oblitérés, ayant cours ou destinés à avoir cours dans le pays dans lequel ils ont, ou auront, une valeur faciale reconnue; papier timbré; billets de banque; chèques; titres d'actions ou d'obligations et titres similaires	4.304,9	1.117,9	-74,0%	0,2%
4909 - Cartes postales imprimées ou illustrées; cartes imprimées comportant des vœux ou des messages personnels, même illustrées, avec ou sans enveloppes, garnitures ou applications	11.371,2	15.635,7	37,5%	2,1%
4910 - Calendriers de tous genres, imprimés, y compris les blocs de calendriers à effeuiller	3.799,7	3.111,9	-18,1%	0,4%
4911 - Autres imprimés, y compris les images, les gravures et les photographies	338.226,9	374.848,0	10,8%	51,0%
TOTAL	669.543,2	734.781,5	9,7%	100%

Tableau 2 Balance commerciale 2022 groupes de produits, en milliers d'€ (Source : Agence pour le Commerce Extérieur)

GROUPE DE PRODUITS / PÉRIODE	IMPORT				BALANCE COMMERCIALE	
	2021	2022	Variation	Part	2021	2022
4901 - Livres, brochures et imprimés similaires, même sur feuillets isolés	427.841,6	410.405,3	-4,1%	54,5%	-200.285,9	-153.044,6
4902 - Journaux et publications périodiques imprimés, même illustrés ou contenant de la publicité	72.694,5	72.446,6	-0,3%	9,6%	-18.318,8	-22.762,7
4903 - Albums ou livres d'images et albums à dessiner ou à colorier, pour enfants	22.516,2	26.476,0	17,6%	3,5%	4.110,0	3.477,0
4904 - Musique manuscrite ou imprimée, illustrée ou non, même reliée	506,9	179,3	-64,6%	0,0%	-476,2	-123,0
4905 - Ouvrages cartographiques de tous genres, y compris les cartes murales, les plans topographiques et les globes, imprimés	2.297,4	3.562,8	55,1%	3.562,8	-278,1	-667,2
4906 - Plans et dessins d'architectes, d'ingénieurs et autres plans et dessins industriels, commerciaux, topographiques ou similaires, obtenus en original à la main; textes écrits à la main; reproductions photographiques sur papier sensibilisé et copies obtenues au carbone des plans, dessins ou textes visés ci-dessus	448,1	234,6	-47,6%	0,0%	784,7	-116,2
4907 - Timbres-poste, timbres fiscaux et analogues, non oblitérés, ayant cours ou destinés à avoir cours dans le pays dans lequel ils ont, ou auront, une valeur faciale reconnue; papier timbré; billets de banque; chèques; titres d'actions ou d'obligations et titres similaires	10.047,8	8.150,7	-18,9%	1,1%	-5.742,9	-7.032,8
4909 - Cartes postales imprimées ou illustrées; cartes imprimées comportant des vœux ou des messages personnels, même illustrées, avec ou sans enveloppes, garnitures ou applications	30.757,3	29.618,2	-3,7%	3,9%	-19.386,1	-13.982,5
4910 - Calendriers de tous genres, imprimés, y compris les blocs de calendriers à effeuiller	7.134,9	6.749,9	-5,4%	0,9%	-3.335,2	-3.638,0
4911 - Autres imprimés, y compris les images, les gravures et les photographies	184.936,6	195.086,3	5,5%	25,9%	153.290,3	179.761,6
TOTAL	759.181,4	752.909,8	-0,8%	100%	-89.638,2	-89.638,2

Notre balance commerciale s'est courageusement redressée par rapport à 2021, où nous avons dû enregistrer pour la première fois un résultat négatif d'un peu moins de 90 millions d'euros. En 2022, ce déficit tombe à un peu plus de -18 millions d'euros, mais nous aimerions bien sûr retrouver des chiffres positifs à l'avenir.

Il reste à voir quel sera l'effet des hausses des prix de l'énergie et des matières premières ainsi que de l'inflation des salaires sur l'année d'exploitation 2023. Et nous y reviendrons, bien évidemment.



Des questions? Contactez
marc.vandenbroucke@febelgra.be

L'industrie graphique européenne

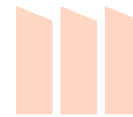
Intergraf publie chaque année, un rapport économique reprenant les chiffres sectoriels de l'industrie graphique européenne. Nous vous détaillons les grandes lignes dans cet article.

Taille de l'industrie graphique européenne selon le nombre de travailleurs

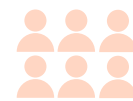
95,5% des imprimeries européennes comptent moins de 20 travailleurs. Elles réalisent 88,5% du chiffre d'affaires du secteur.

Part en % des différentes catégories de produits :

En 2021, environ € 41 milliards de produits imprimés ont été produits dans l'Union européenne, en Islande et en Norvège dans les catégories de produits suivantes : (cfr. [tableau 1](#))



110.000
entreprises



610.000
travailleurs



70
milliards
chiffre d'affaires

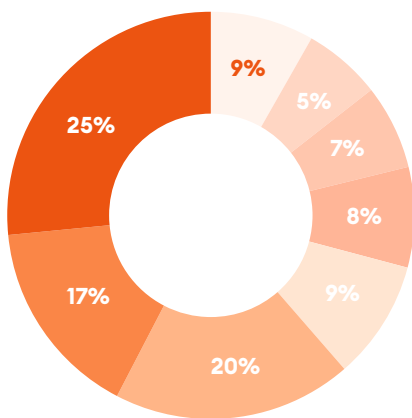


Tableau 1 Part en % des différentes catégories de produits, 2021.

- Inserions publicitaires
- Livres
- Étiquettes
- Magazines
- Catalogues
- Imprimés de sécurité
- Journaux
- Autres

Tableau 2 Évolution de la part de production du nombre total de produits imprimés, 2004-2021, en €

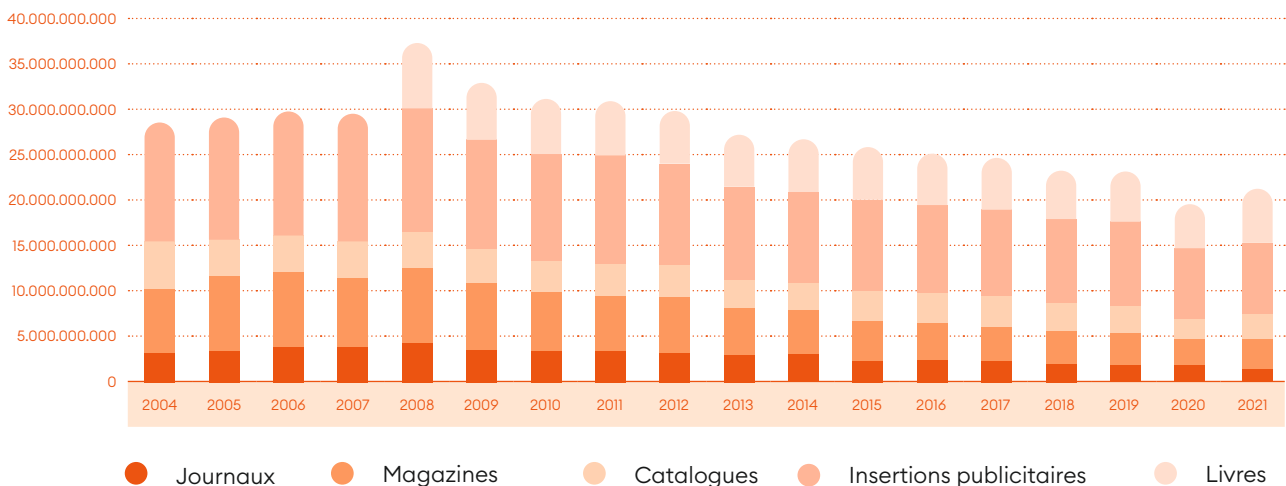
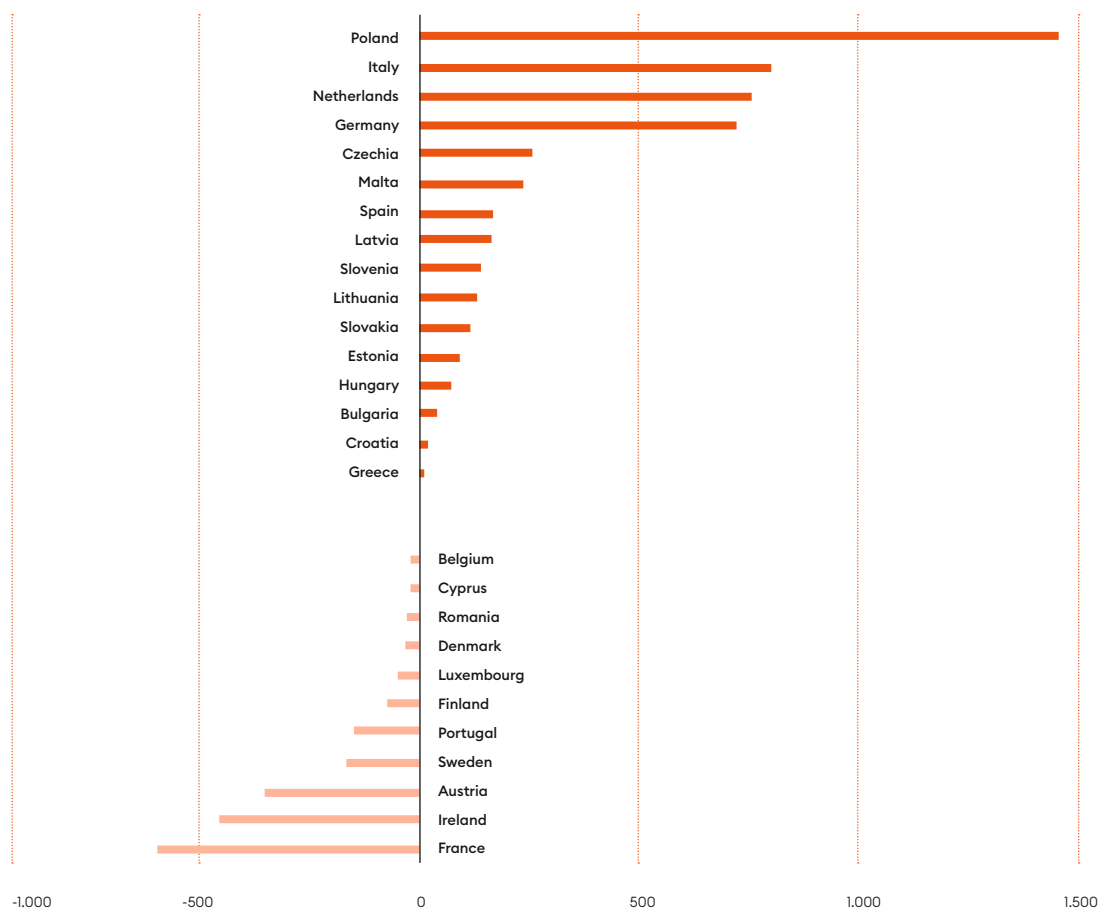


Tableau ③ Balance commerciale des produits imprimés, à l'intérieur et à l'extérieur de l'UE, en millions d'euros, 2022.

Évolution du nombre total de produits imprimés

La production totale de produits imprimés a augmenté de 5,9% en 2021 par rapport à 2020, mais n'a pas atteint le niveau de 2019. La production totale de produits imprimés a diminué de 29,1% entre 2008 et 2021. Tous les produits imprimés, à l'exception des journaux, ont connu une augmentation en 2021.

Les insertions publicitaires et les magazines ont augmenté d'environ 2%, tandis que les livres et les catalogues ont augmenté de plus de 10%. Les journaux ont baissé de 4,3%. (cfr. [tableau ②](#))

Part de production par pays

Le principal producteur de produits imprimés en Europe est l'Allemagne avec une part totale de 23,4%. L'Italie est le deuxième producteur avec 20,8% de la production européenne totale. La France clôture le top 3 avec une part de 16,3%.

Chiffres d'importation et d'exportation

Import

- En 2022, l'Union européenne a importé pour € 3,4 milliards d'imprimés en provenance de pays tiers.
- 23,1% des importations d'imprimés de l'UE proviennent du Royaume-Uni, 19% de la Chine et 13% des États-Unis.
- Les livres sont les produits les plus importés. Viennent ensuite les livres à colorier, les photos et les magazines/journaux.

Export

- En 2022, l'Union européenne a exporté pour € 4,7 milliards de produits imprimés vers des pays tiers.
- Les principaux bénéficiaires des exportations de l'UE ont été la Suisse (21%), le Royaume-Uni (16%) et les États-Unis (14%).
- Les livres sont également en tête de liste des produits exportés, suivis de l'impression publicitaire et de l'impression de sécurité.

Balance commerciale

Les principaux exportateurs nets d'imprimés, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'UE, en 2022 étaient la Pologne, l'Italie et les Pays-Bas. Avec € 1,4 milliard, la Pologne a enregistré le plus important excédent commercial. Avec un déficit commercial de € 0,6 milliard, la France était le plus grand importateur net d'imprimés en 2022. L'Irlande et l'Autriche complètent le trio de tête. (cfr. [tableau ③](#))

Vous souhaitez recevoir le rapport économique complet sous forme numérique ? Envoyez donc un email à : info@febelgra.be ou téléchargez le rapport sur notre site web sous la rubrique 'Documents'.

BALANCE COMMERCIALE POSITIVE : € 1,3 MILLIARDS

70% DU COMMERCE EUROPÉEN S'EFFECTUE ENTRE LES ETATS MEMBRES DE L'UE

SOCIAL

Impact des suspensions de contract de travail sur les vacances annuelles



Malade avant ou pendant les vacances ? Le travailleur peut-il récupérer ses jours de congé ? Les réponses se trouvent ci-dessous.

C'est la première suspension qui compte

Il faut toujours partir du principe que c'est la première suspension qui est prise en compte.

Dans le tableau ci-dessous, nous vous apportons plus de clarté par rapport à la récupération des jours de vacances en fonction du moment où la suspension prend effet.

Par vacances, nous entendons à la fois les vacances individuelles et collectives.

Chômage économique vs. vacances collectives

Une semaine de travail obligatoire doit être prévue dans les cas suivants :

- La période de chômage économique atteint sa durée maximale pendant le congé collectif.
- La période de chômage économique atteint sa durée maximale à la fin de la semaine précédant le congé collectif.

Lorsqu'une période de vacances – tant individuelles que collectives – coïncide avec une période de chômage économique, la période de chômage expire.

De plus, la période de chômage économique ne peut être prolongée avec les jours de vacances.

Début de la suspension	Avant les vacances	Pendant les vacances
Maladie	Oui, le travailleur peut récupérer ses jours de vacances.	Non. Mais si le travailleur tombe en incapacité de travail le week-end précédant les vacances, il peut récupérer ses jours de vacances car la maladie ou l'accident est survenu avant le premier jour de vacances. Attention, si l'incapacité de travail ci-dessus survient juste avant une fermeture annuelle pour congé collectif, les jours de maladie qui coïncident avec les jours de vacances collectives seront pris en charge par la caisse d'assurance maladie. Ceci n'est d'application que pour les ouvriers (CP 130). Pour les employés (CP 200) l'employeur devra verser le salaire garanti. Cette législation changera à partir du 01.01.2024.
Jour férié	/	Un jour férié ou - de remplacement légal qui tombe pendant les vacances ne peut pas être récupéré. En tant qu'employeur, vous versez cependant une rémunération pour ce jour. Par conséquent, le jour férié ou - de remplacement ne peut pas être pris en compte ou rémunéré en tant que jour de vacances.
Petit chômage	/	Non: dans ce cas, le travailleur n'a pas droit à la récupération des jours payés pour petit chômage
Repos de maternité	Oui, le travailleur obtient le droit de prendre son congé annuel avant ou après le congé de maternité.	Oui, idem.

➔ **Des questions?** Contactez kelly.ciancimino@febelgra.be

Modifications de l'imputation

du pécule de vacances à partir de 2024



Dans l'édition du mois de mai de votre First Impression, nous avons déjà parlé des trois nouvelles règles qui entreront en vigueur à partir du 01.01.2024, à savoir la prise ultérieure des jours de vacances annuelles en cas de cumul de maladie et d'autres absences, le report des jours de vacances annuelles non pris en raison de maladie et d'autres absences et, enfin, l'imputation du pécule de vacances auprès d'un nouvel employeur. Dans cet article, nous partageons avec vous de plus amples informations sur ce dernier point.



CE QU'IL EN EST JUSQU'À AUJOURD'HUI

Lorsqu'un employé (CP 200) change d'employeur, ce dernier lui verse un pécule de vacances de départ composé d'un simple et d'un double pécule de vacances. Le nouvel employeur déduit le pécule de vacances simple¹ sur la base de l'attestation de vacances au moment où il verse le double pécule de vacances. Cela se déroule généralement au mois de mai ou de juin. Le pécule de vacances simple n'est imputé qu'une seule fois.

La même imputation s'applique en cas de passage du statut d'ouvrier à celui d'employé.

SITUATION À PARTIR DU 01.01.2024

Soyons bien attentifs !
La modification de l'imputation ne porte que sur le simple pécule de vacances mentionné sur l'attestation de vacances. En d'autres termes : **uniquement sur les jours de vacances que l'employé a acquis auprès de son ancien employeur.**

Par ailleurs, rien ne change au niveau de l'imputation du double pécule de vacances.

À partir de l'exercice de vacances 2024, l'imputation se fera en deux phases :

PHASE ①

- **Quand ?** Dans le mois au cours duquel l'employé prend un ou plusieurs jours de vacances.
- **Comment ?** Sur base de l'attestation de vacances, l'employeur déduit 90 % du salaire journalier brut du mois concerné sur le salaire de l'employé pour le(s) jour(s) de vacances pris.

PHASE ②

- **Quand ?** En décembre ou au plus tôt lors de la sortie de service.
- **Comment ?** L'employeur effectue un décompte final pour vérifier si le simple pécule de vacances a été entièrement imputé de la déduction de 90%, c'est-à-dire lors de la phase 1.

Si une retenue supplémentaire est nécessaire, l'employeur peut retenir un maximum 20 % du salaire net. Si le montant dépasse 20 % du salaire net, la retenue doit être étalée sur 2 mois, sauf accord explicite de l'employé afin d'effectuer une retenue en une seule fois.

Passage du statut d'ouvrier à celui d'employé

Que la transition du statut d'ouvrier à celui d'employé se fasse chez l'employeur actuel ou chez un nouvel employeur, l'imputation du simple pécule de vacances versé par le fonds de vacances se fera également en deux temps à partir de 2024.

Informations & communication transparentes

- Attestation de vacances : les partenaires sociaux travaillent sur un modèle d'attestation car à partir de 2024 les règles d'implantation devront être explicitement mentionnées sur l'attestation vacances.
- Chaque employeur doit informer de manière détaillée les employés par le canal le plus approprié par rapport aux méthodes de calcul utilisées et aux règles d'imputation du pécule de vacances (par exemple dans le règlement du travail, sur un portail d'entreprise en ligne).

Nous vous tiendrons informés dès que le document modèle 'attestation de vacances' sera disponible.

¹ Le salaire que le travailleur perçoit pour les jours de vacances

➔ **Des questions ?** Contactez kelly.ciancimino@febelgra.be

LA QUESTION DU MOIS

La question

du mois

Les collaborateurs de Febelgra reçoivent quotidiennement des questions passionnantes. Dans notre toute nouvelle rubrique 'La question du mois', nous aimerions partager ces questions avec vous, ainsi que leurs réponses bien entendu. Nous sommes convaincus que ces réponses peuvent être extrêmement intéressantes pour tout le monde dans notre secteur.

LES TAUX RÉDUITS DE TVA POUR CERTAINS PRODUITS GRAPHIQUES S'APPLIQUENT- ILS ÉGALEMENT AUX PUBLICATIONS ÉLECTRONIQUES ?

Certaines publications imprimées étaient traditionnellement éligibles au taux réduit de TVA de 0% (publications périodiques paraissant au moins quarante-huit fois par an) ou de 6% (livres, magazines, brochures, etc.)

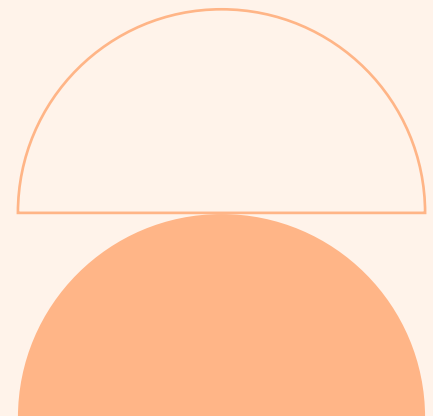
Les publications proposées par voie électronique restaient soumises au taux de TVA ordinaire.

Avec la loi du 13 avril 2019, l'autorité législative a mis fin à cette discrimination en soumettant les publications électroniques au même régime que les publications imprimées. Ainsi, les publications électroniques ont été assimilées aux publications papier en matière de TVA.

Concrètement, cela signifie que depuis le 1er avril 2019, les taux réduits s'appliquent également aux publications mises à disposition sous forme numérique, par exemple en PDF, Adobe ePub ou autres fichiers numériques, livres numériques, brochures électroniques, etc.

Les publications constituées uniquement ou principalement d'un contenu vidéo ou de musique audible sont exclues de cette disposition.

Les conditions d'éligibilité au tarif réduit sont les mêmes pour les publications électroniques que pour les publications imprimées. Les périodiques électroniques doivent également remplir les mêmes conditions que les périodiques imprimés pour pouvoir bénéficier du taux zéro, bien qu'il ne soit plus nécessaire que la version numérique respecte l'exigence de périodicité minimale de 48 fois par an si les publications sont mises à jour et actualisées de manière régulière et suffisante, en particulier par l'ajout de nouveaux articles de presse.



➔ **Des questions?** Contactez jeroen.vaneetvelde@febelgra.be

update chiffres

L'indice santé

L'indice santé pour le mois de mai 2023 s'élève à 127,35.

Ouvriers CP 130

L'indice lissé pour mai 2023 s'élève à 124,63. Par conséquent, le disque de stabilisation suivant de 127,72 n'est pas dépassé. Les salaires barémiques seront par conséquent **pas** indexés en juin 2023.

Employés CP 200

Les salaires réels seront indexés le 1er janvier 2024 selon la formule suivante : la moyenne arithmétique des indices de novembre/décembre 2023 divisée par la moyenne de novembre/décembre 2022.

La prévision du pourcentage d'indexation au **01.01.2024** s'élève à **1,74%**.

Pourcentages onss au 01.01.2023

	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	10,99	12,68	12,74	5,42	7,11	7,17
Fonds de sécurité d'existence	1,31	1,61	1,61	0,23	0,23	0,23
Total montants employeur	32,18	34,17	34,23	25,53	27,22	27,28

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

Charges sociales ouvriers (CP130)

à partir du 01.02.2023	1 ÉQUIPE		2 ÉQUIPE		3 ÉQUIPES	
	coefficient	pourcentage	coefficient	pourcentage	coefficient	pourcentage
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	0,0215	2,15%	0,0222	2,22%	0,0222	2,22%
Charges sociales	1,5294	52,94%	1,5294	52,94%	1,5294	52,94%
Charges sociales salariales	1,8560	85,60%	1,9970	99,70%	2,3148	131,48%

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.

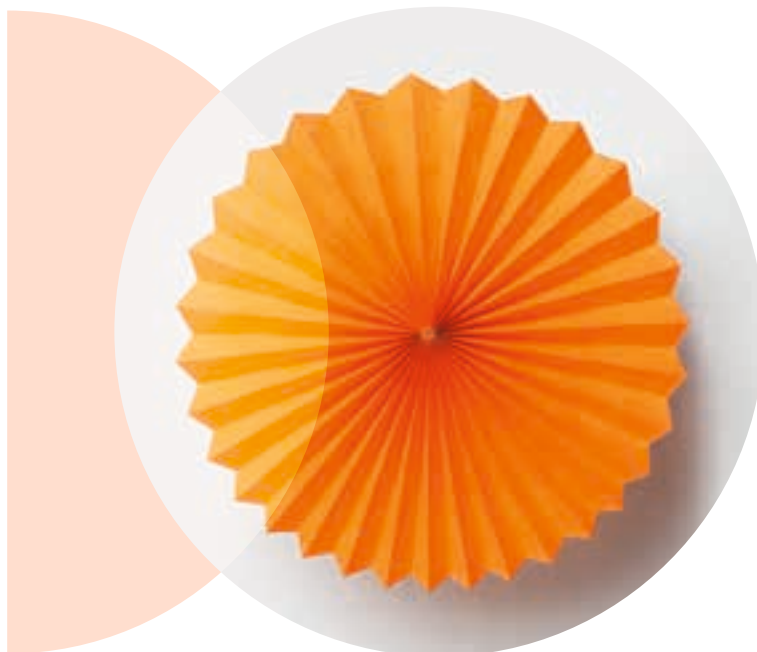
Charges sociales employés (CP 200)

à partir du 01.01.2023	coefficient	pourcentage
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	1,3098	30,98%
Charges sociales salariales	1,7078	70,78%

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*

Année	Date	Index
2023	01.02.2023	202,89
2022	01.12.2022	198,96
	01.10.2022	195,10
	01.08.2022	191,33
	01.05.2022	187,63
	01.02.2022	183,99
2021	01.01.2022	180,43
	01.12.2021	179,82
	01.08.2021	176,34
	01.04.2021	172,93
2020	01.01.2021	172,94
	01.07.2020	172,89



*Evolution du coût salarial horaire sur la base du coût salarial horaire en janvier 1993 (€ 18,8878 et indice salarial 100). Le calcul se base sur la catégorie salariale 14.

Indices papier

Date	Offset sans bois	Maco sans bois	Maco avec bois	Maco hh LWC offset 60g	Maco hh SC offset 56g (A)
31.05.2023	415,23	410,84	428,42	415,6	441,24
30.04.2023	428,15	419,58	443,51	426,71	460,31
31.03.2023	440,21	432,69	469,69	437,82	487,55
28.02.2023	449,61	442,31	477,52	451,16	503,89
31.01.2023	461,75	452,80	488,78	460,05	517,51
31.12.2022	466,92	454,80	505,73	466,72	544,75
30.11.2022	466,92	454,82	526,63	486,72	566,54
31.10.2022	466,92	454,82	581,86	564,50	599,22
30.09.2022	462,30	447,81	497,28	493,38	501,17
31.08.2022	445,02	439,03	489,49	477,81	501,17
31.07.2022	436,29	439,03	476,62	471,12	482,12
30.06.2022	427,82	439,03	494,28	495,55	493,02

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.

⁽¹⁾ L'indice du Maco avec bois implique une correction importante, qui répond à l'imputation de surtaxes (énergétiques) et au marché très volatil, qui a été inclus dans les indices publiés avec un retard ces derniers mois. Cet indice actuel correspond au maximum désormais avec les augmentations de prix effectives par rapport à la même période de l'année dernière. En raison de différences de prix plus importantes selon le type de papier, l'indice du Maco avec bois sera divisé en LWC offset 60g d'une part et en SC 56g(A) d'autre part à partir de mars 2022.

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.

EN BREF

Bienvenue dans la famille Febelgra, Kelly!

Nous souhaitons vous présenter notre nouvelle responsable marketing, communication et événements : Kelly De Meuter. Elle a rejoint la famille Febelgra depuis le 5 juin. Kelly a étudié le journalisme à l'Erasmushogeschool Brussel et a suivi des cours du soir en graphisme. Elle a débuté sa carrière professionnelle chez Sodexo, où elle occupait jusqu'à peu la fonction de Product Manager.

Cette touche-à-tout créative sera la responsable de nos différents canaux de communication, tels que le site web, les newsletters et ce First Impression.

Elle jouera également un rôle important dans le soutien de notre campagne 'Les Impressionneurs'.

Bien entendu, elle continuera à prendre plaisir à vous réunir lors d'événements inspirants. Parce qu'il est extrêmement important de relier nos forces et nos passions.

"Je suis très impatiente de découvrir ce secteur passionnant et les personnes qui le composent. En tant que 'milléniale', je suis convaincue de la valeur ajoutée de l'imprimé. Le pouvoir émotionnel qu'il véhicule est inestimable".



Nous souhaitons la bienvenue à Kelly et lui adressons tous nos vœux de réussite !

Marc Vandenbroucke
Directeur Général

Partez en voyage avec Les Impressionneurs

Vous planifiez un voyage bien mérité cet été ? Alors n'oubliez pas votre sangle à bagages 'Les Impressionneurs' et faites impression partout où vous allez.

Envoyez votre photo à l'adresse : marketing@febelgra.be ou taguez-nous sur les réseaux sociaux @Febelgra, #LesImpressionneurs.

Bon voyage et faites le plein d'aventures impressionnantes !



Le rapport d'Intergraf

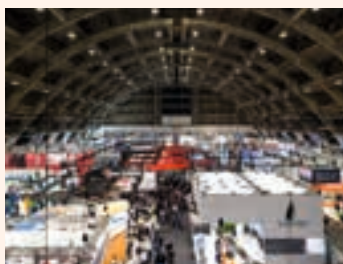
Curieux de connaître le rapport d'Intergraf dans son intégralité ? Téléchargez-le sur notre site Web dans la rubrique documents, ou envoyez un e-mail à info@febelgra.be.



Labelexpo Europe 2023

11 - 14 septembre - Bruxelles

Labelexpo Europe 2023, le plus grand salon mondial des technologies d'impression d'étiquettes et d'emballages, revient à Brussels Expo.



11 - 14 September - Brussels
LABELXPO EUROPE 2023
www.labelexpo-europe.com

Du 11 au 14 septembre, l'organisation rassemblera plus de 600 exposants dans neuf halls. Avec des centaines de démonstrations en direct, de lancements de produits et de masterclasses, c'est un événement incontournable pour les professionnels de l'industrie. En tant que membre Febelgra, vous bénéficiez d'une réduction de 20%. Il y a aussi une réduction pour les réservations



rapides jusqu'au 25 août.



Eco Kraft

Le papier Eco Kraft est une combinaison élégante et haut de gamme de 50 % de fibres recyclées et de 50 % de fibres vierges.

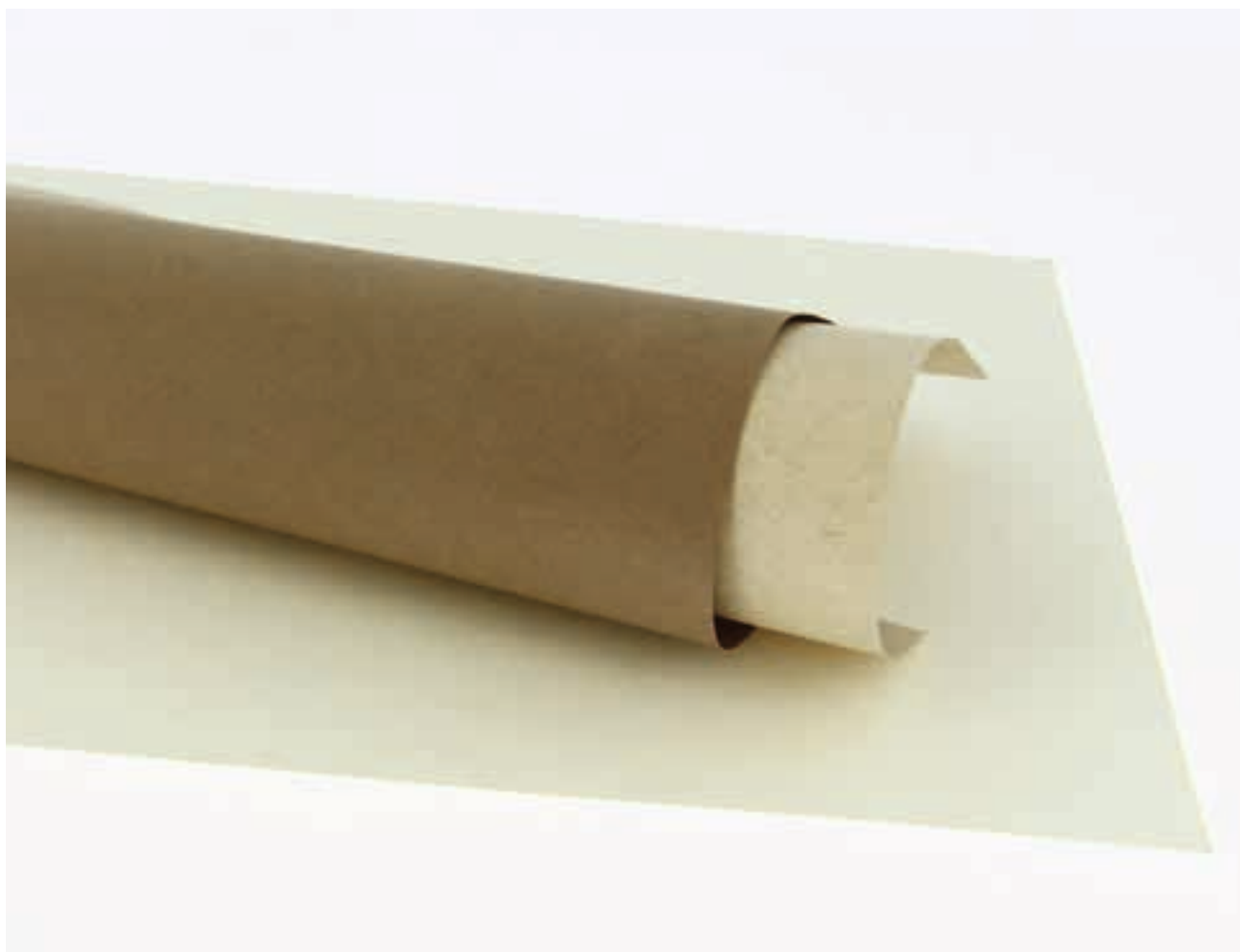
Cette conception unique reflète le pouvoir du papier. Il s'agit d'une symbiose parfaite entre le design et le recyclage. Eco Kraft confère à vos imprimés un design intemporel et contemporain. Sa surface mate garantit un aspect et un toucher immédiats.

Il est disponible en blanc, naturel et brun dans 2 grammages, 120 et 300g/m².

Eco Kraft est optimisé pour l'impression offset, laser et indigo HP. Il convient également à toutes les techniques de finition.

Eco Kraft est doté d'un label FSC mix credit.

Besoin d'un échantillon ? Envoyez un e-mail à samples@igepa.be.



First Impression a été imprimé sur du Eco Kraft White, 120g/m².

Partners in creativity

