

Febelgra
united in
graphics

n°07

FIRST

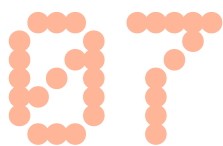
juli 2023

Maandelijks tijdschrift van de federatie van de Belgische grafische industrie vzw

IMPRESSION



editie



- 3**
Voorwoord
- 4**
Verslag Algemene Vergadering
- 8**
De strijd tegen misleidende milieu-
en duurzaamheidsaanspraken
- 10**
Erratum sectorcijfers
- 11**
Nieuw lid: Imprimerie Musch
- 12**
De grafische handelsbalans 2022
- 14**
De Europese grafische industrie
- 16**
Invloed schorsingen op
jaarlijkse vakantie
- 17**
Wijziging verrekening
vakantiegeld
- 19**
Vraag van de maand
- 20**
Update cijfers
- 22**
Snelnieuws
- 23**
Papier in de kijker: Eco Kraft
- 24**
Partners in Creativity



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

Volg ons op sociale media:



www.linkedin.com/company/febelgra

www.facebook.com/febelgra

www.instagram.com/febelgra

Redactie Kelly De Meuter - Kelly Ciancimino - Marisa Bortolin - Jeroen Van Eetvelde - Marc Vandenbroucke

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

Drukwerk Antilope De Bie Printing

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

 VOORWOORD

opnieuw komkommertijd...

Jawel, maar we blijven Indrukmaker!

Marc Vandenbroucke
General Manager

Straks is het weeral komkommertijd. Inderdaad een eerder rustige zomerperiode waarin er minder nieuws en bedrijfsactiviteit is. Tijd voor wat welverdiende ontspanning voor iedereen.

Maar voor ons en onze sector blijven enkele thema's brandend actueel.

Vooreerst zijn er **'De Indrukmakers'**. In de sliptstream van onze Algemene Vergadering op 8 juni werd dit project succesvol en in avant-première voorgesteld aan de Febelgra-leden en partners (verslag op pag. 4 van deze editie). Deze kick-off was exclusief voor onze leden, maar de campagne gaat volgens de huidige planning écht van start eind augustus met een grootste TV-campagne in Vlaanderen en Wallonië. Dit is het moment waarop ook de website www.indrukmakers.eu volledig operationeel zal zijn. Wij houden jullie aansluitend op de hoogte en zullen tevens voor de Febelgra-leden een exclusief pakket voorzien (gebruik logo, video,...). Coming soon!

Verder heeft Febelgra een schrijven gericht aan de kabinetten van minister Van Peteghem en premier De Croo i.v.m. het fiscaal hervormingsplan, dat een verhoging voorziet van de **btw-tarificatie** van 6 naar 9%, hetgeen veel van onze

grafische producten zou benadelen. Dit willen wij absoluut vermijden, maar het is de vraag hoe Vivaldi hier verder mee omgaat.

Eveneens volgen wij het dossier inzake de **ja/ja sticker** van kortbij op. Zoals gecommuniceerd in een eerdere newsletter aan onze leden kon hiervan op korte termijn geen sprake zijn, maar nu blijkt wel duidelijk dat minister Demir dit principe alsnog in Vlarema 9 (Vlaams reglement betreffende het duurzaam beheer van materiaalkringlopen en afvalstoffen) wil duwen, waardoor dit opt-in systeem van toepassing zou worden vanaf 01.01.2025. Dit is natuurlijk niet realistisch... Daarom hebben wij ook hiervoor een schrijven gericht aan de overheidsinstellingen met onze bezorgdheden en dit in samenwerking met belanghebbende partners (BD media, Comeos, Bpost, Beci, Unizo, We Media, BAM, Médiapub, e.a.).

In die zin is er dus geen sprake van komkommertijd. Maar het Febelgra-team wenst jullie allen, en van harte, een deugddoende vakantie!

Ook de First Impression krijgt één maand verlof. Tot in september voor de volgende editie.



ACTIVITEIT

Een avond vol indrukken Jaarlijkse Algemene Vergadering van Febelgra markeert start van campagne 'De Indrukmakers'



8 juni was het weer tijd voor onze jaarlijkse Algemene Vergadering. Ditmaal was het bioscoopcomplex van Kinopolis Brussel de *place to be*. Donaat Deriemaeker schitterde als presentator van dienst. Hij weefde de avond met zijn aanstekelijk enthousiasme naadloos aan elkaar.

De Algemene Vergadering

Met het warme welkomstwoord van onze voorzitter, Denis Geers, en General Manager, Marc Vandenbroucke, werd de Algemene Vergadering officieel gestart.

De agenda ging verder met enkele formaliteiten van de bijeenroeping en de goedkeuring van het verslag van vorig jaar. Verder werd de jaarrekening van 2022 en de begroting van 2023 goedgekeurd.

We mochten ook weer heel wat nieuwe leden verwelkomen.

Welkom Helios Packaging, Illochroma, W.H. Brady, Kartonnagebedrijf Mels, Symeta Hybrid, VPrim Imprimerie, Nuance4 Copyhouse, Imprimerie Musch, Envelnor Export, Axa Belgium en Speos Belgium. Onze federatie blijft groeien en daar kunnen we alleen maar trots op zijn.

We verwelcomden ook Femke Helon als nieuw bestuurslid. Proficiat! Afscheid namen we dan weer van bestuurders Birgit Hendrix en Jean Van Houtryve. Bedankt voor jullie jarenlange inzet! De mandaten van de bestaande bestuurders werden verlengd.

Het formele deel werd afgesloten met de wijzigingen in de statuten en in het intern reglement.

In avant-première

Het hoogtepunt van de avond werd bewaard voor deel 2: de langverwachte aftrap van 'De Indrukmakers'. Flup Coppens van Hotel Hungaria, onze mediapartner *in crime*, mocht de campagne uit de doeken doen.

De reden achter dit initiatief kennen we intussen allemaal. Print staat onder druk: digitale druk, ecologische

druk, imagodruk, politieke druk, prijsdruk,... Maar toch maakt drukwerk nog altijd enorm veel indruk. Dus hoe zorgen we ervoor dat 11 miljoen Belgen opnieuw onder de indruk zijn van drukwerk? Door de positieve invloed van drukwerk op ons allemaal te benadrukken. Daarom zijn we een beweging gestart: De Indrukmakers.

**DE INDRUKMAKERS
IS EEN DUURZAME
BEWEGING, EEN
COLLECTIEF MET EEN
MISSIE: DE GRAFISCHE
SECTOR EEN POSITIEVE
INDRUK LATEN
MAKEN EN 11 MILJOEN
BELGEN WEER EN MEER
PRINTGEZIND MAKEN.**

We kregen in avant-première het startschot te zien van de veelbelovende campagne: een emotionele kortfilm. De 90-seconde durende spot, die binnenkort aan het grote publiek zal worden vertoond, illustreert op pakkende wijze de impact van drukwerk.



Het werd een kippenvelmomentje, afgesloten met een groot applaus. Deze kortfilm is het begin van een 2-jarig plan, dat met verschillende sympathieke activiteiten het bewustzijn over de waarde van drukwerk wil vergroten, de perceptie over papier en druk als vervuilende producten corrigeren, de aantrekkingskracht van de sector op de arbeidsmarkt vergroten en de dogma's over de sector weerleggen. **Kortom, we gaan de indrukwekkende impact van drukwerk tonen. En doen beleven.**

Special guests

Een bijzondere gast van de avond was Zita Kimpe. De 15-jarige vertolkt de hoofdrol in de kortfilm en kon de avant-première van haar acteerdebuut natuurlijk niet missen. Ze vertelde ons over de casting en het verloop van de opnames. En, ze beloofde plechtig om aan ons te denken bij het winnen van haar eerste Oscar.

Eindigen deden we met voormalig professioneel wielrenner Sven Nys. Hij zette in 2016 een punt achter zijn carrière na 18 profseizoenen. Een zwart gat heeft hij niet gekend: ploegmanager bij Telenet-Fidea, ambassadeur van het Sven Nys Cycling Center, commentator en analist. Met dezelfde bevlogenheid die hem typeerde als crosser bleef Sven actief in de wielersport.

De kannibaal van Baal herkent veel overeenkomsten tussen de ondernemerswereld en de wielersport. "We staan onder enorme druk, hebben een duidelijke visie en structuur nodig, en bovenal een grote passie." De lat net hoog genoeg leggen zodat er ruimte is voor groei en ontwikkeling, terwijl het haalbaar blijft, is enorm belangrijk volgens hem. Een positieve werkomgeving is ook essentieel, waar gelijkheid en respect voor iedereen centraal staan. "Als je ergens voor wilt gaan, moet je erin geloven en geen excuus zoeken. **Winnaars hebben een plan, verliezers een excuus**". Een mooie levensles van Sven die intussen boven ons bed pronkt.

Gezellige afsluiter

De avond werd afgesloten met een gezellige walking dinner, waar we konden napraten, netwerken met sectorgenoten en een grappige foto maken aan de photobooth. Onze partners zorgden voor een leuke goodiebag zodat jullie niet met lege handen naar huis moesten.

Het was wederom een plezier jullie te verwelkomen op onze Algemene Vergadering en zien jullie graag terug op een volgend event.

Benieuwd naar de foto's? Je vindt ze terug op onze site bij 'Events'.

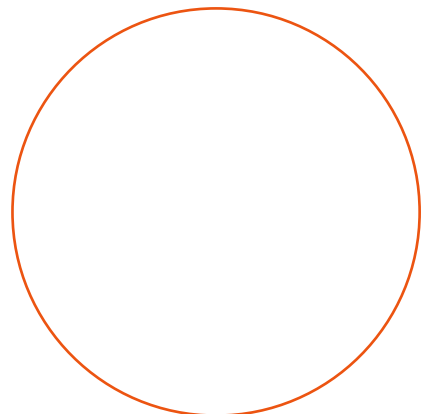
SAMEN INDRUK MAKEN

'En nu?' Horen we jullie denken. We danken jullie nu al voor jullie enthousiasme, want het is duidelijk dat jullie niet kunnen wachten om een *Indrukmaker* te worden. We willen jullie vragen om nog eventjes geduld te hebben tot de grote lancering. Die is voorzien voor (*tromgeroffel...*) eind augustus. Vanaf dan zal de campagne op het grote publiek losgelaten worden. Met alle toeters en bellen. Tegen dan zullen jullie alle nodige informatie en documentatie ontvangen om deze campagne samen te lanceren.

Samen zullen we de grootste impact creëren en de grootste indruk maken.

Wij kijken er alvast naar uit!

**DE
INDRUK
MAKERS**





De strijd tegen misleidende milieu- en duurzaamheidsaanspraken



Wat betekent dit voor de grafische sector?

DE ESSENTIE:

Ondernemingen die ten aanzien van consumenten claimen dat producten groen, duurzaam of ecologisch zijn, zullen dat alleen nog mogen doen als ze dit wetenschappelijk kunnen onderbouwen.

Vele bedrijven, ook binnen de grafische sector, nemen duurzaamheid en vergroening oprecht serieus en investeren hier fors in, willen bijdragen aan een gezond leefmilieu (zoals dit ook meer en meer geëist wordt door de wetgever) en communiceren dit naar hun afnemers. Anderen springen mee op de kar en noemen zich al te gemakkelijk 'groen', ten nadele van de reputatie en inspanningen van de eersten.

De consument die groene producten wil kopen, kan bij gebrek aan objectieve maatstaven moeilijk een onderscheid maken in de verscheidenheid aan (zelfverklaarde) eco-aanspraken en keurmerken en

wordt wantrouwig. 'Duurzaam', 'groen' en 'ecologisch' (bv. 'CO₂ neutraal', 'gerecycleerde verpakking') zijn termen die voor interpretatie vatbaar zijn en soms zelfs misleidend worden gebruikt.

Met haar Green Claims Directive, die op 22 maart 2023 gepresenteerd werd, wil Europa de problematiek van greenwashing aanpakken.

Groene aanspraken moeten betrouwbaar, vergelijkbaar en verifieerbaar worden binnen de hele EU. De richtlijn moet een gelijk speelveld tot stand brengen en de consumenten in staat stellen weloverwogen beslissingen te nemen over hun aankopen. Tenslotte wil de richtlijn bijdragen aan een échte groene en circulaire economie door valse claims de wereld uit te helpen.

Deze wetgeving zal gelden voor alle sectoren en alle soorten ondernemingen. Enkel micro-ondernemingen worden vrijgesteld.

Concreet zullen milieuaanspraken van bedrijven voorafgaandelijk door een onafhankelijke derde partij gecertificeerd moeten worden.

Op nationaal niveau zullen sancties van toepassing zijn op bedrijven die de regels overtreden.

**'GREENWASHING':
PRODUCTEN OF PROCESSEN
MILIEUVRIENDELIJKER
VOORSTELLEN DAN ZE IN
WERKELIJKHEID ZIJN.
DIT IS MISLEIDEND VOOR
DE CONSUMENTEN EN
ONEERLIJK VOOR
BEDRIJVEN DIE ZICH
DAADWERKELIJK VOOR DE
BESCHERMING VAN HET
MILIEU INZETTEN.**

Onze sector kent ook reeds tal van ecolabels en milieuregelingen. Intergraf zal de milieuparameters definiëren die relevant zijn voor

onze sector, om tegemoet te komen aan de richtlijn. De CO₂-voetafdruk en de huidige discussies over milieuregelingen zouden al een goede basis bieden om drukkerijen te ondersteunen. Intergraf verwelkomt de EU Green Claims-richtlijn en maakt zich sterk dat onze sector goed zal toegerust zijn om er aan te voldoen. *(Bron: persbericht van Intergraf d.d. 29.03.2023)*

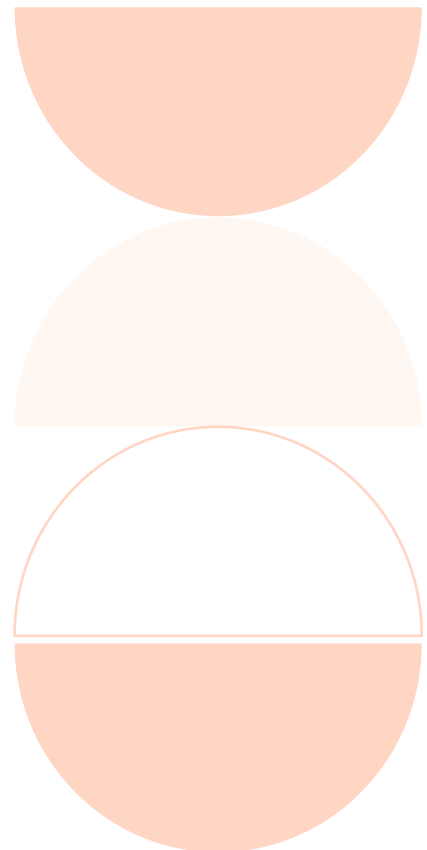
Het achterliggend principe van de richtlijn is een goede zaak. De wetgeving zal de eenvormigheid van begrippen als 'duurzaam' en 'ecologisch' ten goede komen en in het algemeen de woekering van labels en niet-controleerbare milieclaims tegengaan.

**BINNEN DE GRAFISCHE
SECTOR ZIJN ER VOOR
DRUKWERK OOK TAL
VAN ECOLABELS EN
MILIEUREGELINGEN OP
DE MARKT**

De bijkomende administratie zal vermoedelijk als nadelig ervaren worden, maar eenmaal je als bedrijf voldoet aan de eisen, komt dit je geloofwaardigheid ten goede en kan je nooit beschuldigd worden van greenwashing. Zij die zich daadwerkelijk inspinnen zullen een concurrentievoordeel ondervinden en hun merkwaarde nog meer ondersteund zien.

Er wordt geschat dat de nieuwe vereisten vanaf 2026 van toepassing zullen zijn, al is de definitieve tekst van de richtlijn nog lang niet aangenomen.

 **Vragen?** Contacteer
jeroen.vaneetvelde@febelgra.be



SECTORCIJFERS

Sectorcijfers 2022

Erratum omzet %

In de vorige editie van de First Impression werden de sectorcijfers 2022 besproken, die ons last minute bereikten.

De zetduivel en een snelle verwerking van de cijfers speelden ons evenwel parten inzake de omzetcijfers van de sector, waardoor punt 4 van genoemd artikel hier integraal wordt hernomen.

Voor alle duidelijkheid: de tabel 1 met de omzetcijfers (hierna herhaald) was volledig correct, maar sommige percentages in de bespreking ervan verdienen een rechtzetting.

De totale sectoromzet (exclusief dagbladen) ging in 2022 met +10,03% vooruit van € 2,129 tot € 2,343 miljard. Deze correctie van de eerdere vermelding impliceert dus enkel beter nieuws.

Een leuke vaststelling na de significante verliezen van 2020 en 2021. De grootste toename ten opzichte van 2021 situeert zich bij de drukkerijen die een omzetsijging kenden van ruim +12%. Ook de prepress bedrijven (+1,92%) en de afwerkingsbedrijven (+6,76%) tonen positieve cijfers, zij het in meer bescheiden mate. De omzetsijging 2022 situeert zich dus vooral bij de drukkerijen in plaats van bij de prepress bedrijven.

Wat evenwel een blijvende vaststelling is: de bijzondere kenmerken van de voorbije coronajaren nopen ons er toe om objectief nog steeds een vergelijking te maken met 2019. Hierdoor krijgen wij volgend beeld:

- de drukkerijen blijven t.o.v. 2019 een verlies optekenen van -14,67% omzet
- de afwerkingsbedrijven volgen deze trend met een omzetsdaling van -9,81%

- de prepress bedrijven verhogen daarentegen hun omzet met +2,08%

Na de pandemie is een nog sterkere relance in de loop van 2022 dus duidelijk gefnuikt door de grondstoffenschaarste, de enorme prijsstijgingen en de looninflatie.

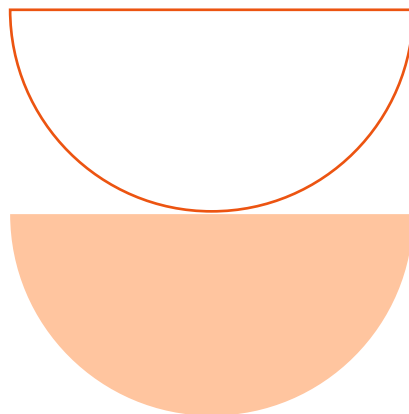
Tot slot, maar wel deugddoend, is de vaststelling dat de omzet van de krantendrukkerijen toenam met +13,58%.

Historisch – gezien de enorme afname gedurende de laatste tien jaar – is ook dit bescheiden te noemen, maar het betekent wel dat de gedrukte krant terug het niveau bereikt van 2019.

De totale sectoromzet (inclusief dagbladen) in 2022 lijdt aldus ten opzichte van 2019 nog een verlies van -11,76%.

Tabel 1 Omzet van de grafische industrie per subsector voor de periode 2012-2022, in miljoen € (Bron: FOD Economie)

	Dagblad-drukkerijen	Drukkerijen	Prepress	Afwerking	Totaal (excl. dagbladen)	Totaal (incl. dagbladen)
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



IMPRIMERIE Musch

hofleverancier van
de farmasector



De kans dat je al drukwerk hebt vastgehad van Drukkerij Musch, is zeer groot. Musch is namelijk een van de weinige Belgische drukkers die bijsluiters produceert voor talrijke grote farmaceutische bedrijven in België, Frankrijk, Italië, Polen, Duitsland en Zwitserland.

De familiale drukkerij Musch startte in 1946 als een traditionele drukkerij in Ath. De eerste vraag om farmaceutische bijsluiters te drukken, kwam er in 1960, toen een groot farmaceutisch bedrijf zich in de regio vestigde. Dit leidde tot de uitbouw van een machinepark dat specifiek ontworpen is om op speciaal papier te drukken en te vouwen.

Farma focus

De grote herpositionering kwam er pas tijdens de pandemie. Terwijl evenementieel drukwerk stil kwam te liggen, bleef de farmaceutische sector in volle gang, net als de persen van Musch. "We slaagden erin de behoeften van de gezondheidssector te beantwoorden en zowel onze vaste klanten als nieuwe klanten gerust te stellen, waardoor we de economische impact van de pandemie op onze activiteiten aanzienlijk konden

beperken," leggen Patrick Wathieu, directeur, en Anouk De Froy, adjunct-directeur, uit.

Vandaag werkt Imprimerie Musch bijna uitsluitend voor de farmasector. Er komt heel wat kijken bij de druk van deze nicheproducten. Om te beginnen zijn er heel wat technische specificaties: van ultradun papier vanaf 37 gram tot de meest complexe vouwmogelijkheden.

Deze sector eist bovendien een uitstekende kwaliteit en betrouwbaarheid. Imprimerie Musch is bijgevolg ISO9001-2015 gecertificeerd. De controleprocedures, conformiteitscertificaten en interne processen zijn onderworpen aan strikte reglementeringen en worden permanent geanalyseerd met het oog op voortdurende verbetering. "We zijn onderworpen aan strikte controles met 0% foutmarge. In elk fase is er een dubbele controle," beaamt Anouk.

Digitale bijsluiters?

Over de Europese intentie om bijsluiters digitaal te maken, reageren Anouk en Patrick kalm. "Daar zijn we zeker nog niet. Wat doe je als de techniek faalt en je in een levensbedreigende situatie zit? Zulke risico's wil én kan een farmaproduct niet nemen. Bovendien worden hun medicijnen vaak buiten Europa geëxporteerd, waar de wetgeving anders is.

Ze geloven wel dat digitale en papieren media kunnen samenwerken. Zo vind je nu al vaak een QR-code op de verpakking die uitleg geeft over het gebruik of de toediening van een medicijn.

One team aanpak

Één van de grote succesfactoren in het verhaal schrijven Patrick en Anouk toe aan de teamspirit. "Het is een sterk en veelzijdig team dat goed samenwerkt. Hier ervaren we geen verschil tussen arbeiders en bedienden, mannen of vrouwen. We zijn allemaal verantwoordelijk voor het eindproduct. Die mentaliteit is van enorm belang, want alleen zo kunnen we vooruitgang boeken en tegelijkertijd hoge kwaliteitsnormen handhaven."

Een blik vooruit

En vooruit gaan ze. "We hebben net een nieuwe klant aan onze lijst toegevoegd en we gaan onze productiecapaciteit vergroten. Dit betekent een toename van zowel machines als personeel. Het is een grote stap voorwaarts voor het bedrijf," legt Anouk uit, die gevraagd werd om het roer over te nemen. De uitdaging daarbij? "De manier van werken en de mentaliteit mogen niet veranderen. Dat, samen met onze hoge kwaliteitsnormen, is onze grootste sterkte."

We wensen hen hierbij alvast heel veel succes!

SECTORCIJFERS

De grafische handelsbalans 2022 per productgroep

In de vorige editie informeerden wij reeds over de sectorale export- en importcijfers met een indicatie van onze belangrijkste handelspartners (landen). In dit artikel bespreken wij dezelfde cijfers, maar deze keer per productgroep.

Onderstaande tabel 1 biedt een overzicht van de exportcijfers 2022 per groep van producten. De exportomzet van boeken, brochures en soortgelijk drukwerk stijgt met 13,1% tot net geen 258 miljoen euro. Opvallend verder zijn de enorme exportdalingen van de productgroepen 4906 en 4907. De 'restcategorie' 4911 wijst op de grote diversiteit van de grafische portfolio en blijft de grootste met een exportomzet van bijna 375 miljoen euro.

Tabel 2 geeft een overzicht van de importcijfers 2022 en de handelsbalans. Blikvanger op het vlak van import zijn hier opnieuw de boeken, brochures en soortgelijk drukwerk. Positief is dat de import ervan daalde met -4,1% t.o.v. 2021, maar met een waarde van ruim 410 miljoen euro betekent dit wel dat wij lijden aan een ernstig gebrek aan concurrentiekracht in deze productgroep.

Tabel 1 Handelsbalans 2022 productgroep, in duizenden € (Bron: Agentschap buitenlandse handel)

PRODUCTGROEP / PERIODE	EXPORT			
	2021	2022	Variatie	Aandeel
4901 - Gedrukte boeken, brochures en soortgelijke gedrukte materialen, al dan niet in losse vellen (met uitzondering van tijdschriften en publicaties die hoofdzakelijk gewijd zijn aan reclame)	227.555,7	257.360,8	13,1%	35,0%
4902 - Kranten, tijdschriften en periodieken, al dan niet geïllustreerd of met reclamemateriaal	54.375,7	49.683,8	-8,6%	6,8%
4903 - Kinderboeken met afbeeldingen, tekeningen of kleurboeken	26.626,2	29.953,0	12,5%	4,1%
4904 - Muziek, gedrukt of in manuscript, al dan niet gebonden of geïllustreerd	30,7	56,3	83,3%	0,0%
4905 - Kaarten en hydrografische of vergelijkbare grafieken van allerlei soorten, inclusief atlanten, wandkaarten, topografische plannen en globes, gedrukt (met uitzondering van reliëfkaarten, -plannen en -globes)	2.019,3	2.895,6	43,4%	0,4%
4906 - Plannen voor architectonische, technische, industriële, commerciële, topografische of vergelijkbare doeleinden, zijnde originele handgetekende exemplaren; handgeschreven teksten; fotografische reproducties op gevoelig papier en carbon kopies	1.232,8	118,4	-90,4%	0,0%
4907 - Ongebruikte postzegels en belastingzegels van de huidige of nieuwe uitgave in het land waarin ze een erkende nominale waarde hebben of zullen hebben; postzegelpapier; bankbiljetten; chequeformulieren; aandelen, aandeelbewijzen of obligaties	4.304,9	1.117,9	-74,0%	0,2%
4909 - Gedrukte of geïllustreerde Ansichtkaarten; gedrukte kaarten met persoonlijke groeten, berichten of mededelingen, al dan niet geïllustreerd, met of zonder enveloppen of versieringen	11.371,2	15.635,7	37,5%	2,1%
4910 - Kalenders van allerlei soorten, gedrukt, inclusief kalenderblokken	3.799,7	3.111,9	-18,1%	0,4%
4911 - Gedrukte materialen, inclusief gedrukte afbeeldingen en foto's, niet elders gespecificeerd	338.226,9	374.848,0	10,8%	51,0%
TOTAAL	669.543,2	734.781,5	9,7%	100%

Tabel 2 Handelsbalans 2022 productgroep, in duizenden € (Bron: Agentschap buitenlandse handel)

PRODUCTGROEP / PERIODE	IMPORT				HANDELSBALANS	
	2021	2022	Variatie	Aandeel	2021	2022
4901 - Gedrukte boeken, brochures en soortgelijke gedrukte materialen, al dan niet in losse vellen (met uitzondering van tijdschriften en publicaties die hoofdzakelijk gewijd zijn aan reclame)	427.841,6	410.405,3	-4,1%	54,5%	-200.285,9	-153.044,6
4902 - Kranten, tijdschriften en periodieken, al dan niet geïllustreerd of met reclamemateriaal	72.694,5	72.446,6	-0,3%	9,6%	-18.318,8	-22.762,7
4903 - Kinderboeken met afbeeldingen, tekeningen of kleurboeken	22.516,2	26.476,0	17,6%	3,5%	4.110,0	3.477,0
4904 - Muziek, gedrukt of in manuscript, al dan niet gebonden of geïllustreerd	506,9	179,3	-64,6%	0,0%	-476,2	-123,0
4905 - Kaarten en hydrografische of vergelijkbare grafieken van allerlei soorten, inclusief atlanten, wandkaarten, topografische plannen en globes, gedrukt (met uitzondering van reliëfkaarten, -plannen en -globes)	2.297,4	3.562,8	55,1%	3.562,8	-278,1	-667,2
4906 - Plannen voor architectonische, technische, industriële, commerciële, topografische of vergelijkbare doeleinden, zijnde originele handgetekende exemplaren; handgeschreven teksten; fotografische reproducties op gevoelig papier en carbon kopies	448,1	234,6	-47,6%	0,0%	784,7	-116,2
4907 - Ongebruikte postzegels en belastingzegels van de huidige of nieuwe uitgave in het land waarin ze een erkende nominale waarde hebben of zullen hebben; postzegelpapier; bankbiljetten; chequeformulieren; aandelen, aandeelbewijzen of obligaties	10.047,8	8.150,7	-18,9%	1,1%	-5.742,9	-7.032,8
4909 - Gedrukte of geïllustreerde ansichtkaarten; gedrukte kaarten met persoonlijke groeten, berichten of mededelingen, al dan niet geïllustreerd, met of zonder enveloppen of versieringen	30.757,3	29.618,2	-3,7%	3,9%	-19.386,1	-13.982,5
4910 - Kalenders van allerlei soorten, gedrukt, inclusief kalenderblokken	7.134,9	6.749,9	-5,4%	0,9%	-3.335,2	-3.638,0
4911 - Gedrukte materialen, inclusief gedrukte afbeeldingen en foto's, niet elders gespecificeerd	184.936,6	195.086,3	5,5%	25,9%	153.290,3	179.761,6
TOTAAL	759.181,4	752.909,8	-0,8%	100%	-89.638,2	-89.638,2

Onze handelsbalans herstelde zich moedig t.o.v. 2021, waar wij voor het eerst en meteen een negatief resultaat van net geen 90 miljoen euro moesten noteren. In 2022 daalt dit tekort tot iets meer dan -18 miljoen euro, maar wij zien in de toekomst uiteraard opnieuw graag positieve cijfers.

Het blijft afwachten wat het effect van de energie- en grondstofprijsstijgingen én de looninflatie zal zijn op het werkjaar 2023. Maar hier komen we vanzelfsprekend op terug.



Voor meer informatie:

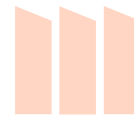
marc.vandenbroucke@febelgra.be

De Europese grafische industrie

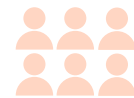
Jaarlijks publiceert Intergraf een economisch rapport met de sectorcijfers van de Europese grafische industrie. We lichten jullie in dit artikel graag enkele highlights toe.

Grootte van de Europese grafische industrie volgens aantal werknemers
95,5% van de Europese printbedrijven heeft minder dan 20 werknemers. Zij genereren 88,5% van de omzet in de sector.

Aandeel per productcategorie
In 2021 werden in de Europese Unie, IJsland en Noorwegen voor ongeveer 41 miljard euro aan gedrukte producten geproduceerd in de volgende productcategorieën. (cfr. tabel 1)



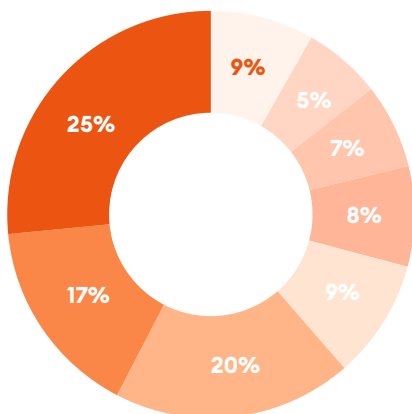
110.000
bedrijven



610.000
werknemers



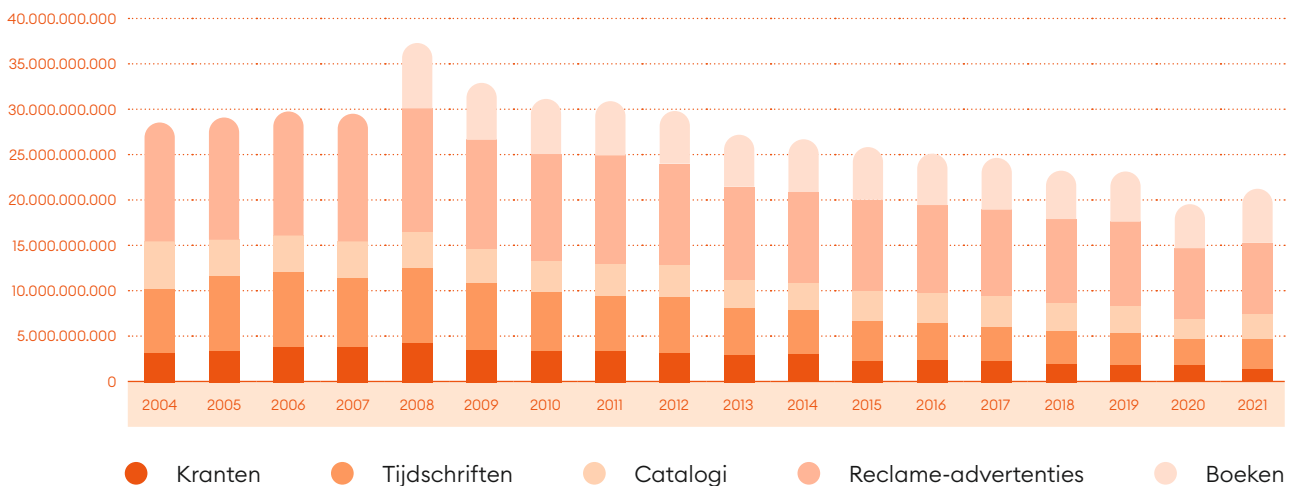
70
miljard
omzet

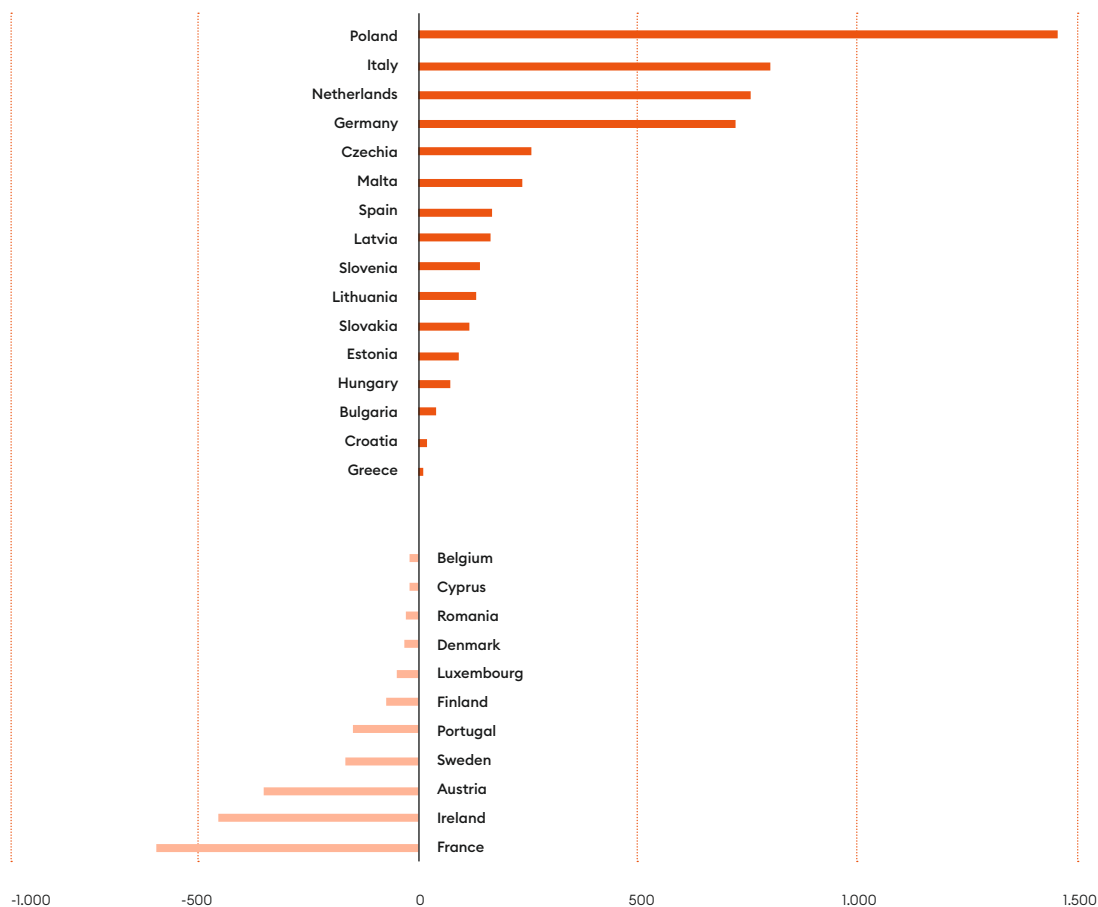


Tabel 1 Aandeel in productiewaarde 2021 %.

- Reclame-advertenties
- Boeken
- Labels
- Tijdschriften
- Catalogi
- Veiligheidsdrukwerk
- Kranten
- Andere

Tabel 2 Evolutie in productiewaarde van de geselecteerde printproducten, 2004 - 2021, in €



Tabel 3 Handelsbalans gedrukte producten, binnen en buiten de EU, in miljoen €, 2022.

Evolutie van het totaal aantal printproducten

De totale productie van gedrukte producten steeg in 2021 met 5,9% ten opzichte van 2020, maar bereikte niet het niveau van 2019. De totale productie van gedrukte producten daalde tussen 2008 en 2021 met 29,1%.

Alle printproducten, met de uitzondering van de kranten, kenden een stijging in 2021. Reclameadvertenties en magazines stegen met ongeveer 2%, terwijl boeken en catalogi een stijging van meer dan 10% optekenden. Kranten daalden met 4,3%. (cfr. tabel 2)

Productie-aandeel per land

De belangrijkste producent van gedrukte producten in Europa is Duitsland met een totaal aandeel van 23,4%. Italië is de op één na grootste producent met 20,8% van de totale Europese productie. Frankrijk sluit de top drie af met een aandeel van 16,3%.

Import en export cijfers

Import

- In 2022 importeerde de Europese Unie voor 3,4 miljard euro aan drukwerk uit niet EU-landen.
- 23,1% van de EU-invoer van gedrukte producten is afkomstig uit het VK, 19% uit China en 13% uit de Verenigde Staten.
- Boeken zijn de meest geïmporteerde producten. Daarna volgen de kleurboeken, foto's en tijdschriften/kranten.

Export

- De Europese Unie exporteerde in 2022 voor 4,7 miljard euro aan gedrukte producten naar niet-EU-landen.
- De belangrijkste begunstigden van de EU-export waren Zwitserland (21%), het VK (16%) en de Verenigde Staten (14%).
- Bij de geëxporteerde producten staan ook de boeken op kop, gevolgd door reclamedrukwerk en veiligheidsdrukwerk.

Handelsbalans

De belangrijkste netto-exporteurs van drukwerk, binnen en buiten de EU, waren in 2022 Polen, Italië en Nederland. Met 1,4 miljard euro had Polen het grootste handelsoverschot. Met een handelstekort van 0,6 miljard euro, was Frankrijk de grootste netto-importeur van drukwerk in 2022. Ierland en Oostenrijk vervolledigden de top drie. (cfr. tabel 3)

Ontvang je graag het volledig economisch rapport digitaal? Stuur dan een mailtje naar info@febelgra.be of download het rapport op onze site bij 'Documenten'.

POSITIEVE HANDELSBALANS
€ 1,3 MILJARD

70% VAN DE EUROPESE
HANDEL IS TUSSEN DE
EU-LIDSTATEN

SOCIAAL

Invloed schorsingen arbeidsovereenkomst op jaarlijkse vakantie



Ziek worden tijdens of vóór de vakantie. Kan de werknemer zijn verlofdagen recupereren? Je vindt het antwoord hieronder.

Eerste schorsing telt

Als basisprincipe ga je er altijd van uit dat de eerste schorsing telt. In onderstaande tabel trachten we meer duidelijkheid te scheppen over

de recuperatie van de verlofdagen in functie van wanneer de schorsing ingaat. Met vakantie bedoelen we zowel individuele als collectieve vakantie.

Aanvang schorsing	Vóór de vakantie	Tijdens de vakantie
Ziekte	Ja, de werknemer kan zijn vakantie-dagen recupereren.	Neen. Maar, wordt de werknemer tijdens het weekend net vóór de vakantie arbeidsongeschikt, dan kan hij zijn verlofdagen wel recupereren omdat de ziekte of het ongeval vóór de eerste vakantiedag plaatsvond. Opgelet, ingeval de arbeidsongeschiktheid net vóór een jaarlijkse sluiting door collectieve vakantie voorkomt, worden de ziekte-dagen die samenvallen met de collectieve vakantie betaald door het ziekenfonds. Dit is enkel geldig voor de arbeiders (PC 130). Voor de bedienden (PC 200) betaald de werkgever gewaarborgd loon. Deze wetgeving wijzigt vanaf 01.01.2024.
Feestdag	/	Een wettelijke feest- of vervangingsdag die tijdens de vakantie valt wordt niet gerecupereerd. Als werkgever betaal je voor die dag wel loon uit. De wettelijke feest- of vervangingsdag mag bijgevolg niet aangerekend of bezoldigd worden als een vakantiedag.
Klein verlet	/	Neen: In dit geval maakt de werknemer geen aanspraak op de recuperatie van de betaalde dagen klein verlet.
Moederschapsrust	Ja, de werknemer behoudt het recht om voor of na de moederschapsrust de jaarlijkse vakantie op te nemen.	Ja, idem.

Economische werkloosheid vs. collectieve vakantie

Een verplichte arbeidsweek moet voorzien worden in volgende gevallen:

- De periode economische werkloosheid bereikt de maximumduur tijdens het collectief verlof.
- De periode economische werkloosheid bereikt de maximumduur op het einde van de week die het collectief verlof voorafgaat.

Wanneer een vakantieperiode – zowel individuele als collectieve vakantie – samenvalt met een periode economische werkloosheid, vervalt de werkloosheidsperiode.

Bovendien kan de periode economische werkloosheid niet verlengd worden met de vakantiedagen.

 **Vragen?** Contacteer kelly.ciancimino@febelgra.be

Wijziging verrekening vakantiegeld vanaf 2024



In de First Impression – editie mei – hadden we het al over de drie nieuwe regels die vanaf 01.01.2024 van kracht zouden gaan, nl. het later opnemen van jaarlijkse vakantie bij samenloop van ziekte en andere afwezigheden, de overdracht van niet opgenomen dagen jaarlijkse vakantie door ziekte en andere afwezigheden en als derde, de verrekening van het vakantiegeld bij de nieuwe werkgever.

In dit artikel geven we meer toelichting bij dat laatste.



HOE WE HET NU KENNEN

Wanneer een bediende (PC 200) van werkgever verandert, betaalt de werkgever vertrekvakantiegeld uit dat bestaat uit enkel en dubbel vakantiegeld. De nieuwe werkgever verrekent het enkel¹ vakantiegeld op basis van het vakantieattest op het ogenblik dat hij het dubbel vakantiegeld uitbetaalt. Meestal gebeurt dat in mei of in juni. Het enkel vakantiegeld wordt in één keer verrekend.

Diezelfde verrekening is van toepassing bij overgang van arbeider naar bediende.

SITUATIE VANAF 01.01.2024

Merk op! De wijziging van de verrekening heeft enkel betrekking op het enkel vakantiegeld vermeld op het vakantieattest. Met andere woorden: enkel op de vakantiedagen dat de bediende verworven heeft bij zijn vorige werkgever.

Bovendien wijzigt er niets bij de verrekening van het dubbel vakantiegeld.

Met ingang van het vakantiejaar 2024 zal de verrekening in twee fasen gebeuren:

FASE 1

- **Wanneer?** In de maand waarin de bediende één of meerdere vakantiedagen opneemt.
- **Hoe?** Op basis van het vakantieattest zal de werkgever 90% van het bruto dagloon van die maand verrekenen op het loon van de bediende voor de opgenomen vakantiedag(en).

FASE 2

- **Wanneer?** In december of ten vroegste bij uitdiensttreding.
- **Hoe?** De werkgever maakt een eindverrekening om na te gaan of het enkel vakantiegeld volledig verrekend werd via de 90%-aftrek, dus tijdens fase 1.

Indien een bijkomende inhouding nodig is, mag de werkgever maximaal 20% van het nettoloon inhouden. Bij overschrijding van 20% van het nettoloon, moet de inhouding over 2 maanden gespreid worden tenzij de bediende uitdrukkelijk zijn akkoord geeft om de inhouding in één keer te doen.

Overgang van arbeider naar bediende

Ongeacht of de overgang van arbeider naar bediende bij de huidige werkgever doorgaat of bij een nieuwe werkgever, de verrekening van het enkel vakantiegeld uitbetaald door het vakantiefonds zal vanaf 2024 ook in twee fasen gebeuren.

Transparante informatie & communicatie

- Vakantieattest: de sociale partners werken aan een modelattest want vanaf 2024 moeten de verrekeningsregels uitdrukkelijk op het vakantieattest vermeld worden.
- Elke werkgever moet de bedienden uitvoerig informeren via het meest geschikte kanaal over de toegepaste berekeningswijzen en de verrekeningsregels inzake vakantiegeld (bv. in het arbeidsreglement, op een online bedrijfsportaal).

Van zodra het modeldocument 'vakantieattest' beschikbaar is houden we je zeker op de hoogte.

¹ Het loon dat de werknemer ontvangt voor vakantiedagen

VRAAG VAN DE MAAND

Vraag



van de maand

Elke dag ontvangen de Febelgra-collega's boeiende vragen. In onze gloednieuwe rubriek 'Vraag van de maand' willen we deze vragen, en natuurlijk de antwoorden, graag met jullie delen. We geloven namelijk dat de antwoorden uiterst interessant kunnen zijn voor iedereen in onze sector.

ZIJN DE VERLAAGDE BTW-TARIEVEN VOOR SOMMIGE GRAFISCHE PRODUCTEN OOK VAN TOEPASSING OP DIGITALE PUBLICATIES ERVAN?

Bepaalde gedrukte publicaties komen van oudsher in aanmerking voor het verlaagde BTW-tarief van 0% (periodieke publicaties die minimaal achtenveertig keer per jaar verschijnen) of 6% (boeken, tijdschriften, brochures, ...).

Op publicaties die langs elektronische weg werden aangeboden bleef het gewone BTW-tarief van toepassing.

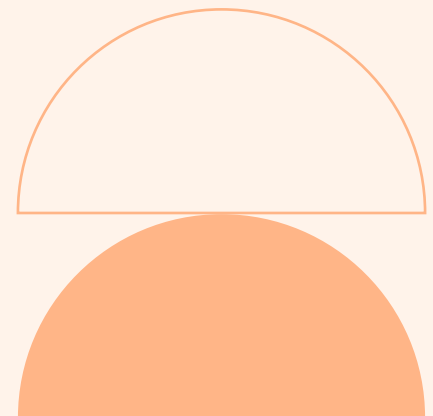
Met de wet van 13 april 2019 heeft de wetgever een einde gemaakt aan deze discriminatie door de digitale publicaties te onderwerpen aan dezelfde regeling als de gedrukte publicaties. Zodoende zijn de digitale publicaties gelijkgesteld met papieren publicaties voor wat betreft de BTW.


Concreet houdt dit in dat de verlaagde tarieven vanaf 1 april 2019 eveneens van toepassing zijn op de publicaties die digitaal ter beschikking worden gesteld, b.v. in PDF, Adobe ePub, of andere digitale bestanden zoals digitale boeken, e-brochures enz.

Publicaties die uitsluitend of hoofdzakelijk bestaan uit video-

inhoud of beluisterbare muziek zijn hiervan uitgesloten.

De voorwaarden om in aanmerking te komen voor een verlaagd tarief zijn voor e-publicaties dezelfde als voor gedrukte publicaties. Ook digitale periodieken moeten aan dezelfde voorwaarden voldoen als gedrukte periodieken om onder het nultarief te vallen, al is het voor de digitale variant niet meer nodig om te voldoen aan de voorwaarde van de minimale periodiciteit van 48x per jaar indien de publicaties *'geregeld en voldoende worden bijgewerkt en geactualiseerd, inzonderheid door het toevoegen van nieuwe persartikels'*.



 **Vragen?** Contacteer jeroen.vaneetvelde@febelgra.be

update cijfers

Gezondheidsindex

De gezondheidsindex voor mei 2023 bedraagt 127,35.

Arbeiders PC 130

De afgevlakte index voor mei 2023 bedraagt 124,63 waardoor de volgende stabilisatieschijf van 127,72 niet overschreden wordt. Bijgevolg worden de baremalonen in juni 2023 **niet** geïndexeerd.

Bedienden PC 200

De reële lonen worden geïndexeerd op 1 januari 2024 op basis van de volgende formule: het rekenkundig gemiddelde van de indexen van november/december 2023 gedeeld door het gemiddelde van november / december 2022.

De prognose van het indexpercentage per 01.01.2024 bedraagt **1,74%**.

RSZ-percentages vanaf 01.01.2023						
	ARBEIDERS			BEDIENDEN		
	Bedrijf 1	Bedrijf 2	Bedrijf 3	Bedrijf 1	Bedrijf 2	Bedrijf 3
	<10 psl	10-19 psl	≥ 20 psl	<10 psl	10-19 psl	≥ 20 psl
Basisbijdragen	19,88	19,88	19,88	19,88	19,88	19,88
Overige bijdragen	10,99	12,68	12,74	5,42	7,11	7,17
Fondsen bestaanszekerheid	1,31	1,61	1,61	0,23	0,23	0,23
Totaal WG bijdragen	32,18	34,17	34,23	25,53	27,22	27,28

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

Sociale loonlast arbeiders (PC130)						
vanaf 01.02.2023	1 PLOEG		2 PLOEGEN		3 PLOEGEN	
	coëfficiënt	percentage	coëfficiënt	percentage	coëfficiënt	percentage
Tijdslast 1	1,1995	19,95%	1,2912	29,12%	1,4990	49,90%
Tijdslast 2 zonder sociale lasten	0,0215	2,15%	0,0222	2,22%	0,0222	2,22%
Sociale lasten	1,5294	52,94%	1,5294	52,94%	1,5294	52,94%
Totale sociale loonlast	1,8560	85,60%	1,9970	99,70%	2,3148	131,48%

Berekeningen op basis van een bedrijf met ≥ 20 personeelsleden en loonklasse XIV.

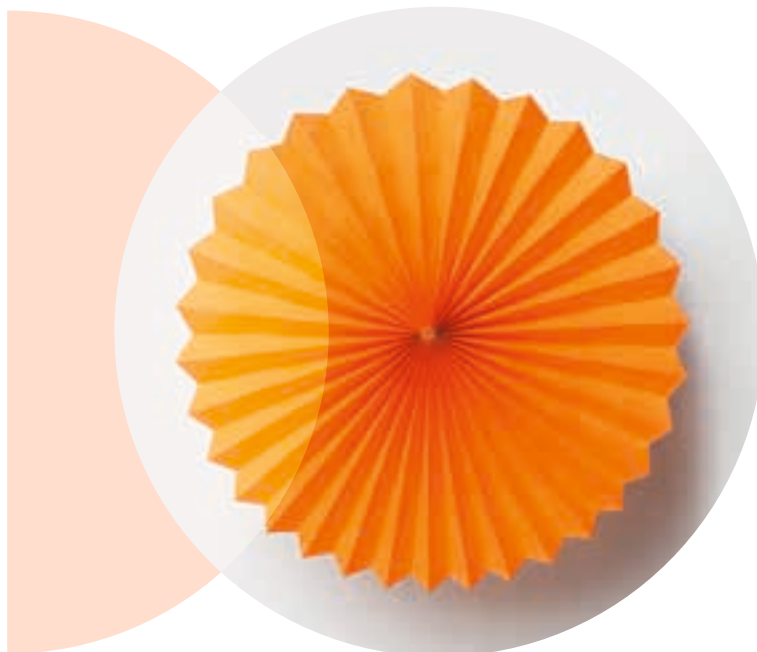
Er werd rekening gehouden met de niet doorstorting van de voorheffing van 22,80% bij ploegenarbeid.

Sociale loonlast bedienden (PC200)		
vanaf 01.01.2023	coëfficiënt	percentage
Tijdslast 1	1,2365	23,65%
Tijdslast 2 zonder sociale lasten	0,0882	8,82%
Sociale lasten	1,3098	30,98%
Totale sociale loonlast	1,7078	70,78%

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

Loonindex*

Jaar	Datum	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
	01.01.2022	180,43
2021	01.12.2021	179,82
	01.08.2021	176,34
	01.04.2021	172,93
	01.01.2021	172,94
2020	01.07.2020	172,89



*Evolutie van uurloonkost op basis van uurloonkost in januari 1993 (€ 18,8878 en loonindex 100). De berekening is gebaseerd op loonklasse 14.

Papierindexen

Datum	Offset houtvrij	Maco houtvrij	Maco houthoudend	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

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

⁽¹⁾ De index voor Maco HH impliceert een belangrijke correctie, die een antwoord geeft op de aanrekening van (energie) toeslagen en de sterk volatiele markt, die de voorbije maanden vertraagd waren opgenomen in de gepubliceerde indexen. Deze actuele index stemt nu maximaal overeen met de effectieve prijsstijgingen t.o.v. dezelfde periode van vorig jaar. Omwille van de grotere prijsverschillen tussen papiersoorten, werd de Maco HH index vanaf maart 2022 opgesplitst in LWC offset 60g enerzijds, en SC 56g(A) anderzijds.

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

SNELNIEUWS

Welkom bij de Febelgra-familie, Kelly!

Wij stellen jullie graag voor aan onze nieuwe Marketing, Communicatie & Events verantwoordelijke: Kelly De Meuter. Zij maakt sinds 5 juni deel uit van de Febelgra-familie. Kelly studeerde Journalistiek aan de Erasmushogeschool en volgde nadien nog Grafische Vormgeving in avondschool. Daarna ging zij aan de slag bij Sodexo, waar ze tot voor kort de functie van Product Manager uitoefende.

Deze creatieve duizendpoot zal instaan voor onze verschillende communicatiekanalen zoals de site, de nieuwsbrieven en deze First Impression.

Ze zal ook een belangrijke rol spelen in het ondersteunen van onze campagne 'De Indrukmakers'. Natuurlijk blijft ze jullie ook met plezier samenbrengen tijdens inspirerende events. Want het verbinden van onze sterktes en passies blijft van ongelofelijk belang.

"Ik kijk er enorm naar uit om deze boeiende sector, en de mensen erachter, te ontdekken. Zelfs als zogenaamde 'millennial', blijf ik overtuigd van de meerwaarde van print. De emotionele kracht die het meedraagt is van onschatbare waarde."



We heten Kelly van harte welkom en wensen haar veel succes!

Marc Vandenbroucke
General Manager

Op reis met De Indrukmakers

Een welverdiende reis gepland deze zomer? Vergeet je bagageriem van 'De Indrukmakers' dan zeker niet en laat een indrukwekkende indruk achter waar je ook gaat.

Stuur je foto naar marketing@febelgra.be of tag ons op sociale media @Febelgra, #DeIndrukmakers.

Fijne reis en veel indrukwekkende avonturen gewenst!



Intergraf rapport

Benieuwd naar het volledige rapport van Intergraf? Download het op onze site, bij 'Documenten', of stuur een mailtje naar info@febelgra.be.



Labelexpo Europe 2023

11 - 14 september - Brussel

Labelexpo Europe 2023, 's werelds grootste vakbeurs voor etiketten- en verpakkingsdruktechnologie, keert terug naar Brussels Expo.



11 - 14 September - Brussel
**LABELEXPO
EUROPE 2023**
www.labelexpo-europe.com

Van 11-14 september verzamelt de organisatie meer dan 600 exposanten in negen hallen. Met honderden live demonstraties, productlanceringen en masterclasses is het een must-attend evenement voor professionals in de industrie.

Als Febelgra-lid ontvang je 20% korting. Tot 25 augustus geldt er bovendien een vroegboekorting.





Eco Kraft

Eco Kraft papier is een premium en stijlvolle combinatie van 50% gerecycleerde en 50% nieuwe vezels.

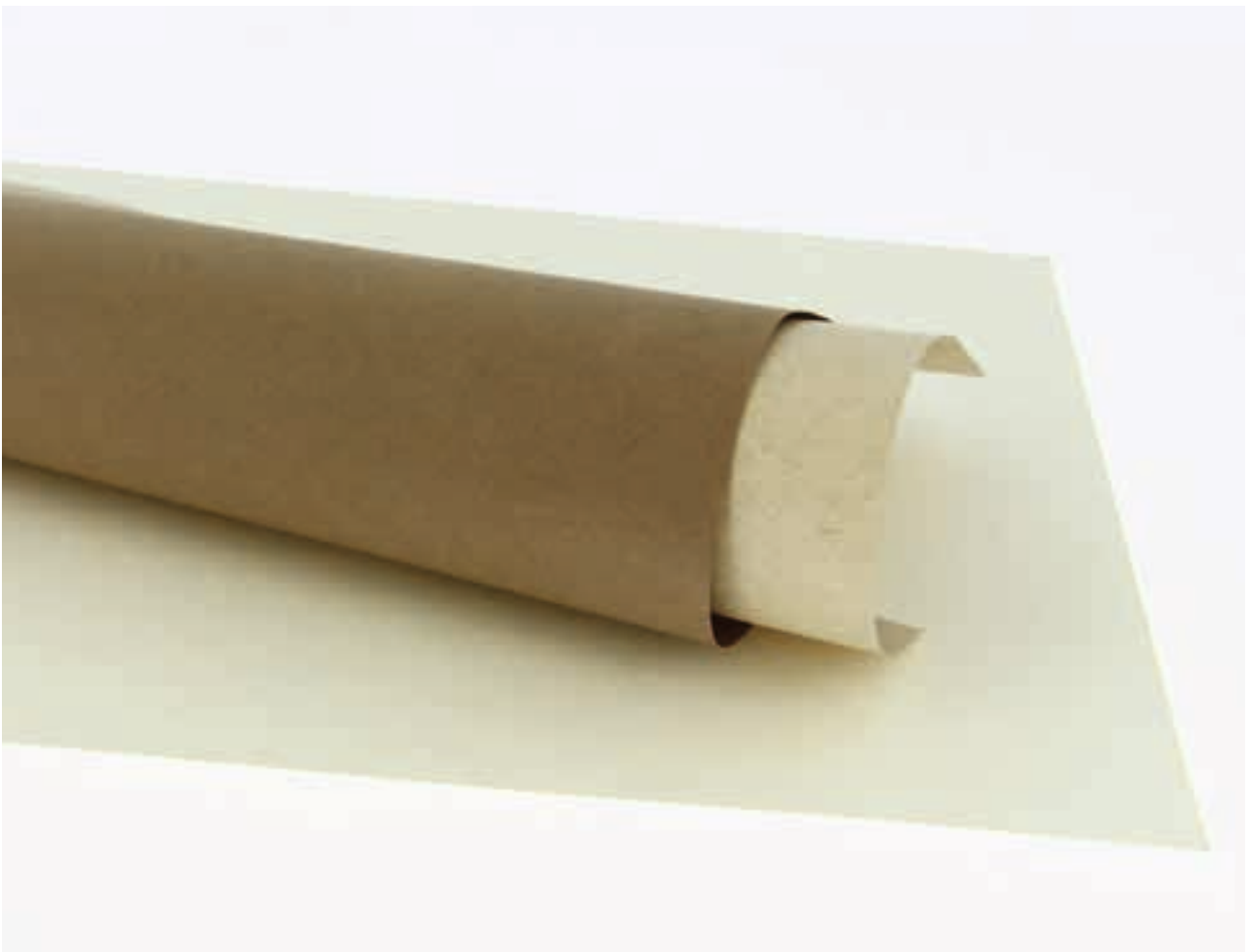
Dit uniek design weerspiegelt de kracht van papier. Het is een perfecte symbiose tussen design en recycling. Eco Kraft geeft uw drukwerk een tijdloos maar tegelijkertijd hedendaags design.

Het matte oppervlak zorgt ervoor dat de look en feel meteen juist zitten. Het is beschikbaar in wit, naturel en bruin in 2 gramgewichten, 120 en 300g/m².

Eco Kraft is geoptimaliseerd voor zowel offset, laser als voor HP indigo drukwerk. Daarnaast is het geschikt voor alle afwerkingstechnieken.

Eco Kraft beschikt over een FSC mix credit label.

Staal nodig? Stuur een mail naar samples@igepa.be.



First Impression werd gedrukt op Eco Kraft White, 120g/m².

Partners in creativity

