



Febelgra
united in
graphics

n°5 **FIRST** mei 2025

Maandelijks tijdschrift van de federatie van de Belgische grafische industrie vzw

IMPRESSION



Themanummer Duurzaamheid

editie

**3.**

Voorwoord

4.

Duurzaamheid in perspectief: van wetgeving naar opportuniteiten

6.

Duurzaamheidsrapportage voor kmo's

8.ClimateCalc: de CO₂-berekeningstool**12.**

Ontbossingsverordening (EUDR)

15.

Steun & subsidies voor duurzame investeringen

16.

Schoenen Torfs: van 360° zorg naar 360° winst

19.

Activiteiten

20.

Update cijfers

22.

Snelnieuws

23.

Papier in de kijker

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 Marisa Bortolin - Kelly Ciancimino - Kelly De Meuter - 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

Duurzaamheid & Lidl: een nieuw schijnhuwelijk

Marc Vandenbroucke – General manager

Op 14 april kondigde Lidl ‘met trots’ aan te stoppen met de huis-aan-huisbedeling van folders – een ‘duurzame stap vooruit’, dixit de discounter. Goed voor een besparing van 1.000 ton papier per jaar, aldus hun persbericht. Een mooi verhaal... ware het niet dat de werkelijkheid anders in elkaar zit.

In realiteit draait deze beslissing om **kostenbesparing**: hogere papierprijzen, stijgende lonen én vooral de zware gemeentelijke taksen op folderbedeling. Dát zijn de echte redenen. De ‘duurzame stap vooruit’ is dus vooral een boekhoudkundige.

En ja, ook wij geloven in de voordelen van digitale communicatie – we maken er zelf gebruik van. Maar de grafische sector behoort

tot de meest gerecycleerde industrieën binnen de maakindustrie: 73% in Europa. De digitale wereld daarentegen? Die veroorzaakt een immense, structureel onderschatte ecologische voetafdruk. Die kant van het verhaal wordt zelden belicht.

Daarom hebben we, net als bij Carrefour in 2023, een aangetekende brief gestuurd naar Lidl. Want dit soort **greenwashing** kunnen we niet zomaar laten passeren. We hebben geen probleem met strategische keuzes, maar wel met communicatie die andere sectoren onterecht in diskrediet brengt.

Verder zegt Lidl ‘gerichter’ te willen communiceren via apps. Prima. Maar laten we niet vergeten dat dit hele doelgroepen uitsluit.

De digitale kloof is reëel. Volgens een GfK-studie uit 2023 baseert 77% van de Belgen zijn winkelbezoek nog steeds op papieren folders. Zelf maak ik ook gebruik van digitale voordelen, maar Lidl wordt sowieso van het boodschappenlijstje geschrapt (sic). Iedereen heeft recht op zijn eigen strategie, maar niet op zijn eigen fake argumentatie.

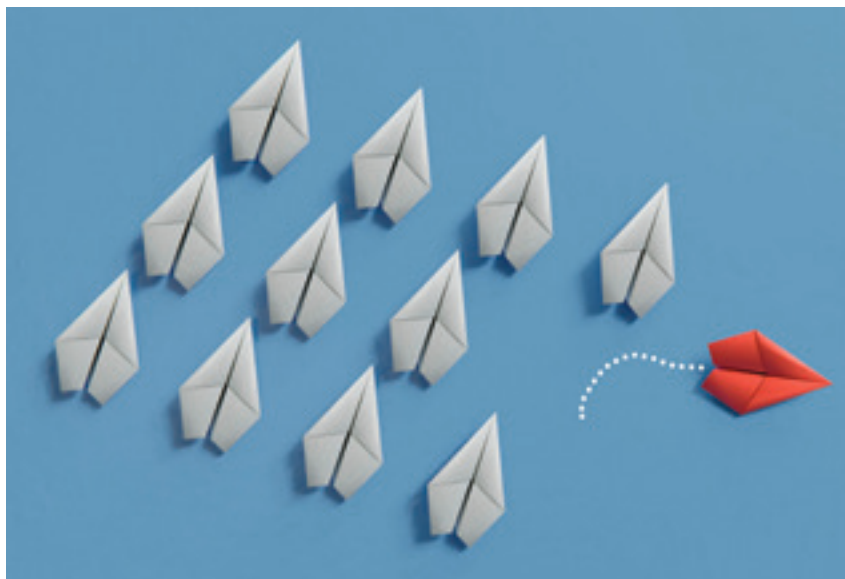
Ondertussen organiseerde Febelgra op 20 maart het tweede duurzaamheidscongres ‘**The Print Shift**’. Niet om te greenwashen, maar om échte, meetbare duurzaamheid binnen de grafische sector te stimuleren. Daar draait dit themanummer om.

Veel leesplezier!

PERSPECTIEF

Duurzaamheid in perspectief van wetgeving naar opportuniteiten

De ecologische uitdagingen nemen toe, en ook het wetgevend landschap verandert in sneltempo. Voor bedrijven brengt dat niet alleen extra druk met zich mee, maar ook een unieke kans om zich strategisch te herpositioneren. Wie duurzaamheid niet langer als verplichting ziet, maar als hefboom voor innovatie en groei, maakt vandaag écht het verschil. Tijdens de opening van ons duurzaamheidscongres schetste Vanessa Biebel, Chief Operating Officer en Executive Manager van het Competentiecentrum Sustainability & Circulaire Economie bij het VBO, het bredere kader: van nieuwe wetgeving tot concrete opportuniteiten.



Ecologische uitdagingen

Volgens het **Global Risk Report 2025** van het World Economic Forum zijn de vier grootste wereldwijde risico's voor de komende tien jaar niet technologisch of politiek, maar ecologisch van aard: extreme weersomstandigheden, biodiversiteitsverlies en instorting van ecosystemen, ontregeling van planetaire systemen en schaarste aan natuurlijke hulpbronnen.

Deze toenemende uitdagingen vormen een belangrijke drijfveer achter de **Sustainable Development Goals (SDG's)** van de Verenigde Naties, opgesteld in 2015. Dit zijn de doelen voor een duurzamere wereld tegen 2030. De rol van bedrijven is hierbij cruciaal: hun impact reikt tot zowel milieu als samenleving. Toch blijkt uit een evaluatie van het Federaal Planbureau dat België minder dan een derde van deze doelen zal halen.

Vanessa Biebel wijst op de verwevenheid van ecologische, economische en sociale systemen.

Het overschrijden van de planetaire grenzen en de opwarming van de aarde zal zowel **economische schade** (rampen, verstoorde handel, hogere kosten, verandering in voedselketens) als **sociale gevolgen** (migratie en onrust) veroorzaken, met toenemende gevolgen voor ondernemers.

Wetgevend kader en vereenvoudiging

Om het **Akkoord van Parijs** - een wereldwijd klimaatakkoord dat streeft naar het beperken van de opwarming van de aarde tot ruim onder 2°C - en de ambitieuze **Green Deal** - het plan van de EU om tegen 2050 klimaatneutraal te worden - te realiseren, voerde de EU wetgeving in om duurzame investeringen, risicobeheer en transparantie te bevorderen, zoals de CSRD en de EU Taxonomy. Deze wetgeving heeft als doel om duurzame investeringen te stimuleren, risico's transparanter te maken en kapitaalstromen richting toekomstgerichte bedrijven te leiden. Ook financiële spelers kregen hierbij extra verantwoordelijkheden opgelegd.

Met de **Clean Industrial Deal** koppelt de EU haar klimaatambities aan economische groei. Ze wil decarbonisatie én re-industrialisatie versnellen, aan de hand van zes concrete drijfveren voor bedrijven. Het einddoel blijft helder: **klimaatneutraliteit tegen 2050**.

Toch zijn er ook bezorgdheden: de complexiteit, administratieve lasten, geopolitieke spanningen en zorgen rond concurrentievermogen zorgen voor wrijving. De Europese Commissie werkt daarom aan vereenvoudiging, onder meer via het **omnibuspakket I** (meer informatie in First Impression, april 2025).

Duurzaamheid als strategische opportuniteit

Vanessa is ervan overtuigd dat duurzaamheid meer is dan een noodzaak: het is ook een kans. Ondernemingen die vandaag mee op de kar springen, creëren voor zichzelf een strategisch voordeel. Duurzaamheid biedt namelijk concrete businessopportuniteiten:

- **Nieuwe marktkansen identificeren**, bijvoorbeeld in hernieuwbare energie, circulaire producten of duurzame mobiliteit;
- **Talent aantrekken en behouden**, want steeds meer werknemers zoeken zingeving en waardengedreven werkgevers;
- **Relaties versterken** met klanten, investeerders en overheden die duurzaamheid steeds belangrijker vinden;
- **Bijdragen aan stabielere samenlevingen en markten**, wat essentieel is voor langetermijngroei;
- **Operational excellence realiseren**, door efficiënter om te gaan met grondstoffen, energie en risico's.

Kortom: wie duurzaamheid strategisch benadert, zet niet alleen stappen richting een betere wereld, maar versterkt ook de eigen toekomstbestendigheid en concurrentiekracht.



VANESSA BIEBEL

**CHIEF OPERATING OFFICER
& EXECUTIVE MANAGER
COMPETENTIECENTRUM
SUSTAINABILITY & CIRCULAIRE
ECONOMIE
VBO**

Het Verbond van Belgische Ondernemingen (VBO) is een interprofessionele werkgeversorganisatie die zich inzet voor een ondernemingsvriendelijk klimaat in België. Via zijn aangesloten sectorfederaties, waaronder ook Febelgra, vertegenwoordigt het VBO indirect zo'n 50.000 bedrijven uit alle drie de gewesten.



Duurzaamheidsrapport van Febelgra-lid Desmedt Labels

Duurzaamheidsrapportage voor kmo's

Door de toenemende druk op bedrijven om over duurzaamheid te rapporteren, kon dit onderwerp niet ontbreken op ons congres.

Iris Penninckx, Senior Sustainability Consultant bij Pantarein, lichtte toe wat duurzaamheidsrapportage precies inhoudt, welke evoluties eraan komen en hoe kmo's hier best op inspelen in deze complexe tijden.

Wat is duurzaamheidsrapportage?

Europa streeft naar klimaatneutraliteit in 2050, waardoor bedrijven steeds vaker hun bijdrage aan duurzaamheid moeten verantwoorden. Onder de Europese CSRD-richtlijn is duurzaamheidsrapportage verplicht voor grote bedrijven, met als doel transparantie te bieden. Dit stelt investeerders, aandeelhouders, klanten en medewerkers in staat de langetermijnstrategie van het bedrijf te begrijpen en weloverwogen beslissingen te nemen, en oriënteert de middelen naar de meer duurzame bedrijven.

Wat is de meerwaarde?

Volgens Iris Penninckx is het **voor bedrijven essentieel om zich af**

te vragen hoe ze waarde kunnen creëren in een toekomst waarin duurzaamheid centraal staat.

Of je al dan niet actie onderneemt rond klimaat, beïnvloedt hoe je bedrijf wordt gezien door klanten, aandeelhouders, banken, concurrenten, personeel en de wetgever. Duurzaam ondernemen maakt je aantrekkelijker voor jong talent en klanten, terwijl rapportage daarover een concurrentievoordeel kan opleveren. Het helpt je bovendien beter te begrijpen welke impact je bedrijf heeft op de planeet en omgekeerd. Een duurzaamheidsverslag geeft inzicht in risico's en kansen, en vormt een sterke basis voor een doordachte strategie en duidelijke KPI's.



IRIS PENNINGCKX

SENIOR SUSTAINABILITY
CONSULTANT
PANTAREIN

Pantarein is een full-service consultancybureau dat bedrijven begeleidt in hun duurzame transformatie. Ze combineren technische ESG-expertise met doeltreffend stakeholderengagement via opleidingen, communicatie en storytelling.

Voor wie?

Grote bedrijven

Vanaf boekjaar 2024 is duurzaamheidsrapportage verplicht voor grote beursgenoteerde bedrijven en vanaf 2025 voor andere grote bedrijven. Op basis van de Europese CSRD-richtlijn moeten deze bedrijven rapporteren over milieu, sociale kwesties en goed bestuur (ESG) in hun volledige waardeketen. Dit gebeurt aan de hand van 104 openbaarmakingsvereisten, die meer dan 1.000 datapunten omvatten volgens de Europese ESRS-standaarden. Dit brengt aanzienlijke administratieve lasten en kosten met zich mee. **Grote bedrijven zullen van hun leveranciers, zoals drukkerijen, informatie vragen over zaken zoals CO₂-uitstoot en verwachten duidelijke actieplannen, beleid en stakeholdermanagement.**

Kmo's

In de grafische sector vallen de meeste bedrijven onder de kmo-definitie, waarvoor rapportage niet verplicht is. **Iris wijst erop dat het voor kmo's die voor grote bedrijven werken, wel nuttig is de verplichtingen van deze klanten te begrijpen zodat ze aan hun eisen en vragen kunnen voldoen.**

Niet rapporteren kan leiden tot verlies van klanten en kapitaal. Europa heeft een vereenvoudigde, vrijwillige standaard ontwikkeld voor kmo's, afgestemd op de verplichtingen van grote bedrijven. Deze standaard, met elf openbaarmakingsvereisten, is makkelijker hanteerbaar en helpt kmo's beter in te spelen op de behoeften van zakenpartners en hun duurzaamheid beter te beheren. **Desmedt Labels is een voorbeeld van een drukkerij die succesvol met duurzaamheidsrapportage aan de slag is gegaan.**

Recente evoluties en de toekomst

Recente initiatieven zoals het EU-concurrentiekompas (januari 2025) en de Clean Industrial Deal (februari 2025) met het omnibuspakket zorgen voor een **serieuze herziening van de koers**. De omvangrijke rapporteringsvereisten worden waarschijnlijk

versoepeld. Het omnibuspakket brengt de volgende wijzigingen in de CSRD:

- **Beperkt reikwijdte:** Rapportage is beperkt tot grote bedrijven met meer dan 1.000 werknemers en een omzet van meer dan 50 miljoen euro, wat het aantal bedrijven onder de CSRD met 80% vermindert.
- **Value chain cap:** Voor andere bedrijven wordt een vrijwillige rapportagestandaard geïntroduceerd, gebaseerd op de VSME-standaard voor kmo's.
- **Herziening van de duurzaamheidsrapportagestandaarden:** Het aantal datapunten wordt vermindert.
- **Uitstel van rapportageverplichtingen:** De rapportageverplichtingen voor grote bedrijven en beursgenoteerde kmo's (wave 2 en 3) worden met twee jaar uitgesteld.

De vereenvoudiging is erg waarschijnlijk, maar de exacte uitkomst is nog onzeker. Het zou leiden tot een terugbrenging van het aantal rapporteringsplichtige bedrijven (van 50.000 naar ongeveer 10.000), en een vermindering van 25% van de datapunten. Deze wijziging en het onderhandelingsproces brengt echter ook rechtsonzekerheid met zich mee.

De Europese ambitie om tegen 2050 klimaatneutraal te zijn, blijft onverminderd van kracht. Ook de vraag van klanten, banken en investeerders naar transparante duurzaamheidsinformatie blijft toenemen. Voor bedrijven – ook in de grafische sector – betekent dit dat een blijvende inzet op duurzaamheid essentieel is: niet alleen om klantenrelaties te behouden, maar ook om kosten te drukken en risico's te beperken.

Hoe nu verder?

Iris raadt aan om te focussen op 'no regret steps' – maatregelen die altijd voordelig zijn voor je bedrijf, ongeacht de toekomstige wetgeving. Door in zekere mate te blijven inzetten op duurzaamheid vermijd je verlies van klanten, waarborg je

de toegang tot kapitaal en behaal je kostenbesparingen, zoals op energie. Met een sterke ESG-strategie en -narratief behoud je immers concurrentievoordeel en voorkom je het risico op non-compliance.

Voor drukkerijen is het advies om door te gaan met duurzaamheidsrapportage, vooral door de eenvoudigere VSME-standaard te gebruiken als richtlijn en een sterk ESG-verhaal te ontwikkelen. Concreet betekent dit:

- **Ontwikkel een unieke ESG-roadmap** met eigen doelen en acties voor duurzamere bedrijfsprocessen;
- **Identificeer en monitor de belangrijkste KPI's:** begin eenvoudig met je CO₂-uitstoot, je hulpbronnengebruik, afvalbeheer en je eigen werknemers;
- **Gebruik de rapportage** om je ESG-inspanningen extern te communiceren en je duurzame strategie te versterken.

Wie duurzaamheidsrapportage benadert als een strategisch instrument, voldoet niet alleen aan de verwachtingen van klanten en investeerders, maar bouwt ook mee aan een toekomstbestendige onderneming.

CO₂-BEREKENING

ClimateCalc, dé CO₂-tool voor de grafische industrie



Klanten zullen in de toekomst steeds vaker willen weten wat de CO₂-voetafdruk is van het print- of verpakkingsproduct dat ze bij jou aankopen.

ClimateCalc is een rekenhulpmiddel dat klanten en fabrikanten voorziet van de relevante informatie over de totale CO₂-voetafdruk van grafische producten. Het omvat scope 1, 2 & 3 emissies¹ zoals aanbevolen door het Greenhouse Gas Protocol en verschillende internationale industrie- en ISO-normen.

ClimateCalc werd ontwikkeld door een groep van sectorfederaties, waaronder Febelgra, en werd inmiddels dé Europese standaard. Dit thema werd op het duurzaamheidscongres toegelicht door drie sprekers, elk vanuit een eigen invalshoek.

Het nut en de implementatie van ClimateCalc

Benoît Moreau (Ecograf) helpt als consultant bedrijven bij de implementatie en de certificatie van de berekeningstool. Hij benoemt verschillende goede redenen waarom een grafische bedrijf, zowel klein als groot, belang heeft bij ClimateCalc.

1. Voor de **onderneming** zelf: het implementeren van de tool vormt een motiverend collectief project binnen de onderneming. Het laat toe om de belangrijkste bronnen van uitstoot vast te stellen en te meten hoe effectief de maatregelen zijn om die uitstoot te verminderen. Bovendien helpt het om toegang te krijgen tot bepaalde markten (commercieel) en financieringsbronnen (investeringen).

2. Voor jouw **klanten**: ClimateCalc laat hen toe om de uitstoot van een specifieke bestelling in te schatten, met een duidelijk en betrouwbaar resultaat. Verder biedt de tool ook een jaarlijks overzicht van de CO₂-uitstoot (vereist voor eventuele CSRD-verplichtingen). En tot slot stelt het jouw klant in staat om de impact te beoordelen van verschillende opties, zoals formaat, papiergewicht en papiertype.

Eénmaal de beslissing is genomen om ClimateCalc te implementeren, contacteer je best Febelgra om te overleggen met welke consultant je in zee wenst te gaan. De procedure voorziet immers ook dat een externe onafhankelijke partij jaarlijks moet verifiëren of de gegevens van het bedrijf correct zijn.



BENOÎT MOREAU

CONSULTANT
ECOGRAF

Ecograf is een Frans adviesbureau, opgericht in 2010 door Benoît Moreau, gespecialiseerd in milieu-vraagstukken en duurzaamheid binnen de grafische sector.

De implementatie gebeurt dan samen met de ClimateCalc-consultant in volgende stappen:

1. Het **verzamelen** van gegevens over verbruik (zoals energie, inkt, offsetplaten, verpakking) en over andere activiteiten (zoals transport en woon-werkverkeer personeel).

¹ **Scope 1** slaat op jouw *directe uitstoot* en berekent de broeikasgassen die vrijkomen door de eigen productie.

Scope 2 behelst de *indirecte emissies* van energie. Hier gaat het over emissies die resulteren uit een productie ergens anders (vb. ingeval van elektriciteitsverbruik).

Scope 3 behelst de *andere indirecte emissies*, en ligt buiten de directe controle van jouw bedrijf (vb. transport, afvalverwerking,...).

2. Het **analyseren** van het verbruik en de aankoop van drukmaterialen (papier, karton, stickers, visuele communicatie,...) en van de productielocaties (vb. papierfabrieken) om de CO₂-voetafdruk van de belangrijkste referenties in te schatten.
3. **Controle** van de gegevens door de consultant, gevolgd door het verzenden van het auditrapport naar de organisatie ClimateCalc. Vanaf dan word je beschouwd als een gecertificeerde onderneming.

Dit traject neemt zes tot acht weken in beslag, vanaf de opstart tot het bekomen van het certificaat. Dat certificaat is één jaar geldig. Daarna moet het jaarlijks worden vernieuwd, na verificatie van de gebruikte gegevens.

Wat is de kostprijs hiervan?

De implementatie zelf vergt uiteraard een zekere tijdsinvestering, maar de financiële kost blijft eerder beperkt. Die kan variëren naargelang de ClimateCalc-consultant. Hierna vind je alvast de tarieven van Ecograf.

Opstart (eerste jaar)	Vernieuwing (na één jaar)
€ 1.200 (€ 1.300 vanaf 2026)	€ 1.000 (€ 1.100 vanaf 2026)

Jaarlijkse licentiekost		
Aantal werknemers (/site)	Febelgra leden	Niet leden
10	€ 300	€ 700
10 - 50	€ 400	€ 1.200
50	€ 600	€ 1.700



De tool is ook geschikt voor bedrijven met meerdere vestigingen (nationaal en internationaal). In dat geval wordt een korting verleend van 10%.

Een praktijkgetuigenis

Stefaan Cardoen, Process Manager bij het veelzijdig drukwerkbedrijf Hecht, bracht vervolgens een boeiende praktijkgetuigenis. Zij beslisten recent om ClimateCalc te implementeren en ontdekten er de voordelen van, ook al blijft er altijd enige ruimte voor verbetering.

De motivatie achter Hechts keuze voor deze berekeningstool is duidelijk:

- **Inzicht** verkrijgen in de CO₂-uitstoot: het beter meten en beheren van producten en processen;
Concurrentievoordeel verwerven: meer en meer zullen vooral grotere klanten (bedrijven die volgens de Europese normen als 'groot' worden beschouwd) dit eisen van hun leveranciers;
- Een **antwoord bieden op vragen** van bestaande klanten (vermelding op de offerte en in jaarrapporten);
Ondersteuning bij andere **certificering** (zoals EMAS en ISO14001).



STEFaan CARDOEN

PROCESS MANAGER
HECHT

Hecht, gevestigd in Braine-l'Alleud en onderdeel van de Bevizion Group, is een drukkerij die zich doorheen de jaren heeft ontwikkeld tot een specialist in visuele communicatie.

Het bedrijf, gespecialiseerd in grootformaat-druk, bestaat uit drie divisies: OOH, sign en display.

Hecht hanteerde een driestappenplan voor de implementatie van ClimateCalc.

Stap 1 bestond uit het verzamelen van gegevens zoals eerder reeds beschreven in de presentatie van Ecograf, gevolgd door testberekeningen. Moeilijkheden voor een accurate berekening worden ervaren in verband met de CO₂-waarden van (extern) transport, andere materialen en inkten. Mits input van de leveranciers is hier dus nog ruimte voor optimalisatie.

Stap 2 betreft het inrichten van het MIS-systeem. Dit betekent onder meer het plaatsen van de gegevens van het ClimateCalc-certificaat in dit systeem en het toevoegen van een CO₂-veld in de offertes.

Stap 3 behelst het vergelijken van resultaten, waarbij de berekeningen van ClimateCalc vergeleken worden met deze die op de offerte van het MIS-systeem worden vermeld. Bepaalde afwijkingen resulteren dan uit bijvoorbeeld het feit dat de CO₂-waarden van extern transport niet gekend zijn op het ogenblik van de offerte.

ClimateCalc commercieel combineren met Multipress

Dirk Deroo, CEO van Dataline, lichtte het indrukwekkende groeiparcours van zijn bedrijf toe – intussen actief in heel Europa – en stelde de Multipress CO₂-Suite voor: een tool die bijdraagt aan kostenbesparing en margeoptimalisatie.

MultiPress is ERP/MIS software die Europese voorschriften en richtlijnen combineert met nauwkeurige berekeningen op offerte- en orderniveau, ongeacht het volume, de toepassing, het substraat of de gebruikte productietechniek. Een interface met ClimateCalc laat toe om de **CO₂-calculaties op te nemen in de offertes** aan jouw klanten. Dit biedt concurrentievoordelen.

Opmerkelijk is de introductie van de EcoPrint Score, vergelijkbaar met de Nutri-Score uit de voedingsindustrie. Het is een herkenbare en eenvoudige visuele indicator die snel en duidelijk inzicht geeft in de milieu-impact van drukwerk.

De EcoPrint Score werkt met een schaal van A tot F, waarbij A de meest milieuvriendelijke keuze aanduidt. Deze score wordt automatisch toegevoegd aan alle



DIRK DEROO

CEO
DATALINE

Dataline helpt printmedia-bedrijven hun processen te stroomlijnen, workflows te automatiseren en hun winst-gevendheid te verhogen. De MIS/ERP-oplossing MultiPress is specifiek ontwikkeld voor de unieke noden van grafische productie-bedrijven, ongeacht hun grootte of specialisatie.

documenten die via MultiPress worden gegenereerd, zodat klanten in één oogopslag kunnen zien welk voorstel het gunstigst scoort op vlak van CO₂-uitstoot.

De resultaten van de vermelding van de EcoPrint Score zijn onder andere:

- +/-40% kiest een duurdere offerte;
- Klanten verkiezen ecologisch drukwerk;
- Meer marge mogelijk op duurzame keuzes;
- Snellere klantenwerving en sterkere klantrelaties;
- Duidelijk concurrentievoordeel.



Interessant is ook te vernemen wat het kostenverschil betekent wanneer je op vraag van een klant een dergelijke offerte/order manueel verwerkt, dan wel via Multipress automatiseert. Dit wordt duidelijk in onderstaand overzicht:

Type Printproductiebedrijf		Klein Printbedrijf		Medium Printbedrijf		Groot Printbedrijf	
		Minuten	Aantal	Minuten	Aantal	Minuten	Aantal
Manueel	Offerte	9 min	200	9 min	500	9 min	1.000
	Order	2 min	140	2 min	350	2 min	700
	Facturatie	3 min	140	3 min	350	3 min	700
	Maandelijkse CO ₂ -rapportering	30 min		45 min		60 min	
	Totaal tijd (minuten)	2.530 min		6.295 min		12.560	
	Totaal tijd (uren)	42 uur		105 uur		210 uur	
	Uur kost (€40/uur)						
	Maandelijkse kost om CO ₂ -wetgeving	€ 1.680		€ 4.200		€ 8.400	
Multi-Press	MultiPress CO ₂ -suite kosten (maand)	€ 50		€ 50		€ 50	
	MultiPress Print ERP kosten (maand)	€ 1.000		€ 1.500		€ 3.000	
Netto voordeel		€ 630		€ 2.650		€ 5.350	

Tot slot werd deze presentatie afgesloten met een praktijkvoorbeeld bij Febelgra-lid Toner De Presse (Luik) die gretig gebruik maakt van deze tool.

Ontbossingsverordening: voorbereiding en naleving

De ontbossingsverordening (EUDR) verplicht bedrijven hun toeleveringsketens te controleren en te zorgen dat er geen producten uit ontbossing betrokken zijn. Dit heeft grote impact op onder andere houtgerelateerde producten, zoals papieren drukwerk, en vereist naleving door drukkerijen. Omdat dit voor elke drukkerij relevant is, vroegen we Anke Massart, Head of ESG Implementation bij Pantarein, en Pauline Darfeuille, ESG-verantwoordelijke bij Antalis om een toelichting te geven.

Wat en waarom?

De EU beschouwt de Europese ontbossingsverordening (EUDR) als een belangrijke stap in de strijd tegen de verdwijning van bossen. De verordening richt zich op de ontbossing door de uitbreiding van landbouw voor de productie van palmolie, cacao, koffie, runderen, rubber, soja en hout (inclusief papier). De EU wil ervoor zorgen dat Europeanen deze producten alleen kunnen kopen als ze 'ontbossingsvrij' zijn.

Wat vraagt de EUDR?

Voor elk product moet een zorgvuldigheidsonderzoek

(due diligence) de volledige traceerbaarheid van de grondstoffen tot op perceelniveau garanderen, zodat bewezen kan worden dat de goederen ontbossingsvrij zijn en conform de relevante wet- en regelgeving van het land van productie. De verantwoordelijkheid voor het uitvoeren van dit onderzoek ligt primair bij de producenten of leveranciers hogerop in de keten en moet doorheen de volledige productieketen gecontroleerd en gevalideerd worden door elke speler.

Geen drukwerk meer op de Europese markt zonder zorgvuldigheidsverklaring die aantoon dat het ontbossingsvrij is.

Voor papier en papieren drukwerk houdt dit in dat deze uitsluitend op de markt gebracht, verhandeld of geëxporteerd mogen worden indien **vooraf een zorgvuldigheidsverklaring is ingediend**. Deze verklaring moet verplicht de geografische coördinaten van de percelen van herkomst van de gebruikte houtvezels en andere relevante traceerbaarheidsinformatie bevatten, zoals naam en adres, volume van de lading en activiteit van de producent. Elke zorgvuldigheidsverklaring wordt voorzien van een **uniek referentienummer** en moet **online geregistreerd worden** in een informatiesysteem dat de EU heeft

ontwikkeld om alle verklaringen te centraliseren en controleren. De nationale autoriteiten zullen met controle belast worden.

Concreet voor drukkerijen

Je verplichtingen onder de EUDR kunnen variëren, afhankelijk van je situatie. Nadat je hebt vastgesteld of je product onder de scope valt, bepalen volgende belangrijke criteria je verplichtingen: koop je papier binnen of buiten de EU, ben je marktdeelnemer of handelaar, ben je een kmo of niet-kmo, en komt je papier uit een land met laag, standaard of hoog risico?

Product binnen de scope?

De EUDR is enkel van toepassing op producten die onder een bepaalde lijst vallen. Voor de papier- en grafische sector zijn dit houtpulp en papier van de hoofdstukken 47 en 48 van de gecombineerde nomenclatuur. Wat drukwerk betreft, geldt de regelgeving voor alle producten uit hoofdstuk 49, voor zover ze van papier of karton zijn gemaakt. Drukwerk op 100% gerecycled papier is vrijgesteld van de EUDR. Zodra er nieuwe vezels aan het papier worden toegevoegd, is de regelgeving wel van toepassing. Papier- en kartonverpakkingen vallen buiten de scope van de EUDR wanneer ze worden gebruikt als verpakking, maar wél binnen de scope wanneer ze als los product op de markt worden gebracht.

Marktdeelnemer of handelaar

Als drukkerij word je beschouwd als marktdeelnemer wanneer je papier of halfafgewerkte producten van buiten de EU invoert, of wanneer je drukwerk buiten de EU exporteert of in de EU op de markt brengt. Komt het papier echter van je klant, dan word je gezien als handelaar en liggen de verplichtingen volledig bij je klant (volgens de huidige regelgeving).



Kmo of niet-kmo

Als kmo-drukkerij heb je doorgaans minder en lichtere verplichtingen dan een niet-kmo. Koop je als kmo papier aan binnen de EU, dan volstaat het om het referentienummer van de zorgvuldigheidsverklaring van je leverancier beschikbaar te houden, relevante informatie binnen de keten door te geven en de bijhorende documentatie vijf jaar te bewaren.

Voor een niet-kmo gelden zwaardere verplichtingen. Als je als niet-kmo papier aankoopt binnen de EU, moet je nagaan of je leverancier een due diligence-onderzoek heeft uitgevoerd en moet je verwijzen naar zijn zorgvuldigheidsverklaring. Is die er niet, dan moet je die verklaring zelf opstellen en registreren in het online

informatiesysteem. Daarnaast ben je verplicht om zelf een due diligence-systeem op te zetten, te onderhouden en jaarlijks te rapporteren.

Wordt papier ingevoerd van buiten de EU, dan zijn de verplichtingen voor zowel kmo's als niet-kmo's strenger, afhankelijk van de risicoclassificatie van het land van herkomst.

Papierinkoop buiten of binnen EU

Wanneer je papier invoert van buiten de EU, ben je – ongeacht of je een kmo of niet-kmo bent – verplicht om gedetailleerde informatie over de herkomst te verstrekken en zelf een risicoanalyse uit te voeren van de niet-EU-leverancier. Koop je papier binnen de EU, dan zijn je verplichtingen doorgaans lichter (zie hierboven).

Risicoclassificatie van het land van herkomst

Komt het papier uit een hoogrisicoland buiten de EU, dan moet je de volledige due diligence-procedure doorlopen: (1) informatie verzamelen over de herkomst (geolocatie), (2) het risico op ontbossing beoordelen en indien nodig (3) risicobeperkende maatregelen nemen. Tevens moet je op basis van die info zelf een zorgvuldigheidsverklaring opmaken en indienen. Is het papier afkomstig uit een land met een laag risico buiten de EU, dan is een vereenvoudigd due diligence-onderzoek voldoende, maar moet je ook een zorgvuldigheidsverklaring opmaken.



ANKE MASSART

HEAD OF ESG
IMPLEMENTATION
PANTAREIN

Pantarein is een full-service consultancybureau dat bedrijven begeleidt in hun duurzame transformatie. Ze combineren technische ESG-expertise met doeltreffend stakeholderengagement via opleidingen, communicatie en storytelling.

Hoe voldoe je aan de wetgeving?

- Controleer of je producten binnen de scope vallen. Voor drukwerk gaat het om alle GN-codes uit hoofdstuk 49 van de Gecombineerde Nomenclatuur, zoals **boeken, brochures, kranten, tijdschriften, reclamedrukwerk, catalogi, kalenders, albums**, enzovoort.
- **Begrijp je rol in de bevoorradingsketen** en welke verplichtingen daarbij horen.
- Maak je vertrouwd met het **online systeem 'TRACES'** en de bijhorende documentatie.
- Communiceer actief met je leveranciers en klanten. Maak duidelijke **afspraken met je papierleverancier** over hun due diligence-aanpak en hoe verklaringen of referentienummers worden gedeeld.
- Stel een **EUDR-roadmap** op, met concrete stappen en een tijdslijn.
- Voorzie capaciteit om alle **productdocumentatie** minstens vijf jaar te bewaren.
- Grote drukkerijen richten **een due diligence-systeem** in en wijzen interne verantwoordelijken aan voor onderzoek en rapportage.
- **Let op bij due diligence-verklaringen:**
 - Ze zijn **één jaar geldig** – relevant voor papiervoorraad;
 - Het **gewicht** van het drukwerk moet vermeld worden dus zorg dat je dit makkelijk kunt bepalen;
 - **Grote zendingen** mogen onder één verklaring vallen, maar fouten hebben dan grotere impact.

Tijdslijn

Hoewel de EUDR al van kracht is, start de toepassing voor grote en middelgrote bedrijven vanaf **30 december 2025**, en voor micro- en kleine ondernemingen vanaf **30 juni 2026**. We bevinden ons momenteel dus in een overgangperiode.

Micro- en kleine ondernemingen zijn de ondernemingen die aan minstens twee van de drie criteria voldoen:

- Een balanstotaal van ≤ 5 miljoen euro;
- Een netto-omzet van ≤ 10 miljoen euro;
- Een gemiddeld aantal werknemers van ≤ 50 .

Let op: deze classificatie geldt enkel voor de bepaling van de toepassingsdatum. Voor de verplichtingen maakt de EUDR onderscheid tussen kmo's (micro, kleine en middelgrote ondernemingen) en niet-kmo's (grote ondernemingen).

De afsluitingsdatum voor ontbossing is 31 december 2020: hout en papier wordt pas als ontbossingsvrij beschouwd als het na deze datum is gekapt in bossen zonder bosdegradatie.

De verplichtingen variëren afhankelijk van je situatie. Een drukkerij die een kmo is en papier binnen de EU inkoopt, heeft de minste verplichtingen.

Tips & tricks

- EUDR is niet van toepassing op 100% gerecycleerd papier.
- Geef de voorkeur aan papier uit landen met een laag risico.
- Werk met betrouwbare leveranciers die transparant zijn en de EUDR-regels correct naleven.
- Kies voor gecertificeerde producten (zoals FSC). Die garanderen niet automatisch EUDR-conformiteit, maar vormen wel een belangrijke stap richting naleving.



**PAULINE
DARFEUILLE**

ESG MANAGER
ANTALIS

Antalis is de grootste Europese distributeur van papier, verpakkingsoplossingen en materialen voor visuele communicatie.



SUBSIDIES

Steun en subsidies als katalysator voor duurzaam ondernemen

De afsluitende spreker van de dag was Hans Haagdorens van VLAIO, die inging op de verschillende steunmaatregelen en subsidies die ondernemingen kunnen helpen om duurzamer te werken.

Reductie van scope 1-emissies

VLAIO ondersteunt bedrijven bij het verminderen van directe (scope 1) uitstoot. Scope 1 betreft de rechtstreekse uitstoot van broeikasgassen door eigen installaties, zoals ovens of brandstofverbruik. VLAIO biedt enkel steun voor het beperken van deze directe emissies, en niet voor scope 2 (indirect door energieverbruik) of scope 3 (andere indirecte emissies in de waardeketen).

Bedrijfsadviseurs

De VLAIO-bedrijfsadviseurs begeleiden bedrijven bij hun innovatie- of transformatietrajecten. Ze vertrekken vanuit de bedrijfsambities, geven strategisch

advies, helpen bij het vinden van oplossingen en begeleiden bij subsidie- en financieringsaanvragen.

Vergroeningsscan

Heeft jouw onderneming plannen om te investeren in groene technologie, maar wil je eerst onderzoeken of dit technisch en economisch haalbaar is? Doe dan een vergroeningsscan en laat je adviseren door een door VLAIO erkende dienstverlener. VLAIO steunt 85% van het traject, met een maximum van 10.000 euro per traject.

Interesse?

Scan de QR-code:



HANS HAAGDORENS

BEDRIJFSADVISEUR
VLAIO

VLAIO (Vlaanderen Agentschap Investeren en Innoveren) is het aanspreekpunt van de Vlaamse overheid voor alle ondernemers in Vlaanderen. Zij stimuleren en ondersteunen innovatie en ondernemerschap en dragen bij aan een gunstig ondernemersklimaat.

Subsidies voor duurzame investeringen

	Ecologiepremie+	GREEN investeringssteun	Strategische ecologiesteun (STRES)
Voor wie?	Ondernemingen die investeren binnen het Vlaamse Gewest		Kleine, middelgrote en grote ondernemingen
Voor wat?	Investering in performante ecologische technologieën	Investering van minstens 50.000 euro in vergroening of energie-efficiëntie	Niet standaardiseerbare, ecologische investeringen van min. 1,5 miljoen euro
Bedrag?	10 tot 55% van de meerkost van de investering	20 tot 40%, afhankelijk van de grootte van de onderneming en van de technologie	20 tot 55%, afhankelijk van de grootte van de onderneming en van de technologie
Meer informatie			

INSPIRATIE

De strategische visie op duurzaamheid van Schoenen Torfs

Van 360° zorg naar 360° winst

We waagden ons aan een ander paar schoenen en stapten, met Wouter Torfs aan onze zijde, even uit de grafische sector, recht de retail in. Een wereld waar duurzaamheid ook niet altijd vanzelfsprekend is, maar bij Torfs wél een evidente keuze. Tijdens zijn inspirerende presentatie deelde de sympathieke ex-CEO hoe het familiebedrijf duurzaamheid vertaalt naar concrete actie en slimme strategie.

Onder zijn vleugels groeide Torfs uit tot een klinkende naam in retaillandschap: 78 winkels, 650 medewerkers, een jaaromzet van 165 miljoen euro en een webshop die goed is voor 20% van die omzet. De prijzenkast? Bomvol. Beste webshop, beste schoenwinkel, én beste werkgever van België en Europa. Voor Wouter ging het altijd om méér dan schoenen. Het ging om mensen. Om cultuur. En om de overtuiging dat een bedrijf pas écht scoort als het ook de samenleving vooruithelpt.

Vandaag staat nicht Lise Conix aan het roer, maar die filosofie blijft stevig overeind. De duurzaamheidsstrategie van Torfs rust op **vier krachtige pijlers: klanten & medewerkers, klimaat, samenleving en product**. Altijd met hetzelfde evenwicht voor ogen: maatschappelijke impact én gezonde rendabiliteit. Of hoe Torfs bewijst dat je perfect met beide voeten op de grond kan blijven, ook als je stevig vooruit stapt.



Klanten & medewerkers

Dat Torfs maar liefst elf keer bekroond werd als beste werkgever van België, is geen toeval. Medewerkers vormen het kloppende hart van hun strategie. Ze investeren in **betrokkenheid, beweging én beleving**. Zo organiseren

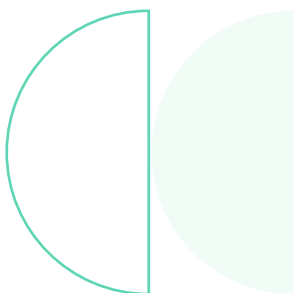
ze regelmatig medewerkersdagen, én loopt het hele team samen met klanten tijdens #samenfit. Twee keer per jaar trekken ze de loopschoenen aan voor het goede doel, en creëren ze tegelijk zicht-baarheid in het straatbeeld. Gezonde collega's, een sterk teamgevoel, maatschappelijke impact én merkversterking? Vier keer raak.



Klimaat

Ook op klimaatvlak pakt Torfs het doordacht én ambitieus aan. Hun doel? Tegen 2025 willen ze op hun eigen bedrijfsniveau (scope 1 - 2) volledig naar **nul ton CO₂-uitstoot**. Dat proberen ze te bereiken met een reeks concrete acties: zonnepanelen op hun winkels, groene energie en een volledig elektrische vloot. Zelfs voor zaken die ze niet volledig zelf in de hand hebben, zoals woon-werkverkeer, nemen ze initiatief, met fietsvergoedingen, carpoolevents en andere slimme alternatieven. Ze investeren bovendien in **innovatieve technologie**, zoals een automatische inpakmachine die 20% minder lucht verzendt. Resultaat? Minder verpakkingsmateriaal, minder transport, minder uitstoot.

Duurzaamheid in **thuislevering** blijft voor Torfs een stevige uitdaging. Die valt onder scope 3 (de onrechtstreekse uitstoot) en moet



30% duurzamer. Daarom zetten ze volop in op bewuste keuzes: klanten worden aangemoedigd om te kiezen voor de meest **milieuvriendelijke leveringsopties**, en samen met logistieke partners werkt Torfs aan een zo groen mogelijk aanbod. Dankzij duidelijke **maat informatie** proberen ze bovendien het aantal retourzendingen te beperken.

Hun CO₂-uitstoot maken ze bovendien **tastbaar** en **begrijpelijk**. Geen droge cijfers, wel heldere vergelijkingen zoals de voetafdruk van een gemiddeld gezin. Zo maken ze duurzaamheid herkenbaar voor iedereen.



Samenleving

Elk jaar steunt Torfs tientallen **sociale initiatieven en goede doelen**, zowel lokaal als internationaal, die écht het verschil maken. Jaarlijks goed voor een waarde van zo'n 250.000 euro, of 1,5% van hun bedrijfswinst. Er zijn enkele vaste partnerships, maar door medewerkers én klanten zelf goede doelen te laten kiezen, inclusief stemacties in de winkels (30.000 stemmen bij de laatste editie), creëren ze extra betrokkenheid én zichtbaarheid. Net als bij financiële investeringen kijken ze ook hier naar **effectiviteit**: welke projecten zorgen écht voor impact?

En dan is er nog de Troefdag: een jaarlijks initiatief waarbij medewerkers zich mogen inzetten voor een goed

doel naar keuze. Samen goed voor 600 dagen **vrijwilligerswerk** per jaar.



Product

Ook in hun aanbod maakt Torfs het verschil. Ze bieden uitgebreide **garanties** en herstelden vorig jaar bijna 8.000 paar schoenen. Via duidelijke labels informeren ze klanten over producten die vegan, gerecycled, in Europa gemaakt of uit natuurlijke materialen vervaardigd zijn.

En oude schoenen? Die krijgen **een tweede leven**. In 2023 zamelden ze maar liefst 120 ton schoenen in, waarvan het grootste deel hergebruikt werd in binnen- en buitenland. Zo verlengen ze de levensduur van hun producten én verkleinen ze hun ecologische voetafdruk.

Klaar voor de volgende 75 jaar

Met meer dan 75 kaarsjes op de taart én de ambitie om er minstens evenveel bij te doen, kijkt Torfs met vertrouwen en overtuiging vooruit. Hoewel het draagvlak voor duurzaamheid niet altijd evident is, kiest Torfs resoluut voor actie. Ze nemen hun verantwoordelijkheid en hopen daarmee niet alleen hun klanten, maar ook collega-ondernemers en beleidsmakers te inspireren om mee te bewegen. Wouter Torfs is duidelijk: **“De tijd dat we enkel voor onze eigen deur veegden, is voorbij.”**

In hun vernieuwde visie voor 2030 staat een brede verantwoordelijkheid centraal. Enerzijds zetten ze volop in op zorg voor **de volledige keten**, met meer aandacht voor productie- en werkomstandigheden bij leveranciers en het verminderen van afvalstromen. Anderzijds kijken ze ook bewust naar **de volgende generaties**, met focus op impact, levensduur van producten en transparantie rond circulaire stromen.

De tijd dat we enkel voor onze eigen deur veegden, is voorbij.

Wat Torfs bewijst? **Dat duurzaamheid geen kostenpost is, maar een strategische hefboom.** Elk initiatief is slim ingebed in het grotere geheel van klantenbinding, medewerkersbetrokkenheid en een sterk, geëngageerd merk.

Schoenen Torfs, opgericht in 1948, is een Belgisch familiebedrijf dat zich heeft ontwikkeld tot een van de bekendste schoenenketens van het land, met 78 winkels én een sterke online aanwezigheid. Torfs staat bekend om zijn klantvriendelijkheid, familiale waarden en een persoonlijke service, wat hen al elf keer de titel van 'Beste Werkgever van België' opleverde.

WOUTER TORFS

VOORMALIG CEO
SCHOENEN TORFS





Pionier in circulariteit



Als trotse, exclusieve distributeur van de 100% Europese alu composiet panelen van Redbond laten we je graag zien hoe Redbond Composites zich tot een ware pionier heeft opgewerkt op het vlak van duurzaamheid en circulariteit. Ontdek hieronder hun indrukwekkende programma rond recyclage, energiebesparing en CO2-reductie. Kies voor Redbond ACP en bouw zo mee verder aan een gezamenlijk duurzaamheidsverhaal.

Een greep uit de groene strategie van Redbond

"Zero-waste" fabriek

90% van hun productie-afval wordt gerecycleerd en opnieuw in de productie ingezet, en waardoor ze als eerste Europese fabrikant van ACP een "Zero-waste" certificering behaalden.

Eigen recyclagefabriek

Redbond heeft enorm geïnvesteerd in de bouw van een eigen hypermoderne recyclagefabriek voor aluminium. Hier wordt jaarlijks zo'n 25.000 ton aluminium gerecycleerd.

"CO2-neutraal" certificering

Redbond onderscheidt zich in de markt als pionier door hun continue inspanning op hun impact op het milieu te verminderen en behaalde hierdoor een "CO2-neutraal" certificering.



100% recycleerbaar

De ACP panelen van Redbond zijn volledig te recyclen en via het Vink Ecoshift recyclageprogramma zorgen we er samen voor dat deze materialen een tweede leven krijgen.

100% Europees

De ACP panelen van Redbond worden gemaakt op basis van 100% Europese grondstoffen, waardoor de aanvoerketen veel korter is en er opnieuw een aanzienlijke CO2-reductie wordt bewerkstelligd.

"Reforestation" project

Redbond neemt deel aan verschillende compensatieprojecten, zoals het Galicia Compensation Project, waarbij 56.244 bomen zijn geplant op een totale oppervlakte van 229 hectare.



Lees het volledige ESG verhaal van Redbond



Contacteer ons voor jouw volgende project:

• publicity@vink.be • www.vink.be • 015/25.98.50



ACTIVITEITEN



PrintBar Antwerpen @KMSKA

15 mei 2025

PrintBar Antwerpen neemt je mee naar het **KMSKA** voor de betoverende nieuwe expo van beeldend kunstenaar **Hans Op de Beeck**. Met *Nachtreis* creëert de internationaal gerenommeerde artiest zijn grootste Belgische expo.

Na deze ervaring zetten we de avond verder in een gezellige tapasbar recht tegenover het museum, waar we napraten en netwerken bij heerlijke hapjes en drankjes.

Programma

- 18u00: Ontvangst met een hapje en tapje
- 18u30: Gegidste rondleiding KMSKA
- 20u00: Netwerkmoment met heerlijke tapas
- 23u00: Einde

Locatie

Gustu Tapas
Verschansingstraat 8/10
2000 Antwerpen

Inschrijvingen



Inschrijvingen



Donderdag
19 juni
2025

SAVE THE DATE

Algemene Vergadering

LONEN EN INDEXEN

update cijfers

	Gezondheidsindex	Afgevlakte index
okt 24	132,96	130,13
nov 24	133,22	130,22
dec 24	133,73	130,42
jan 25	135,52	131,18
feb 25	135,79	131,87
mrt 25	135,91	132,53

Indexprognose

Arbeiders PC 130

Juli 2025: 1,94%

Bedienden PC 200

Januari 2026: 2,54%

Je kan de laatste actuele cijfers steeds raadplegen op onze website:



RSZ-percentages						
vanaf 01.01.2025	ARBEIDERS			BEDIENDEN		
	Bedrijf 1	Bedrijf 2	Bedrijf 3	Bedrijf 1	Bedrijf 2	Bedrijf 3
	<10 psl	10-19 psl	≥ 20 psl	<10 psl	10-19 psl	≥ 20 psl
Basisbijdragen	19,88	19,88	19,88	19,88	19,88	19,88
Overige bijdragen	11,17	12,86	12,91	5,60	7,29	7,34
Fondsen bestaanszekerheid	1,46	1,76	1,76	0,23	0,23	0,23
Totaal WG bijdragen	32,51	34,50	34,55	25,71	27,40	27,45

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

Sociale loonlast arbeiders (PC130)						
vanaf 01.01.2025	1 PLOEG		2 PLOEGEN		3 PLOEGEN	
	coëfficiënt	percentage	coëfficiënt	percentage	coëfficiënt	percentage
Tijdslast 1	1,2103	21,03%	1,3032	30,32%	1,5130	51,30%
Tijdslast 2 zonder sociale lasten	0,0238	2,38%	0,0246	2,46%	0,0246	2,46%
Sociale lasten	1,5313	53,13%	1,5313	53,13%	1,5313	53,13%
Totale sociale loonlast	1,8771	87,71%	2,0202	102,02%	2,3415	134,15%

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 01.01.2025	coëfficiënt	percentage
Tijdslast 1	1,2703	27,03%
Tijdslast 2 zonder sociale lasten	0,0906	9,06%
Sociale lasten	1,3114	31,14%
Totale sociale loonlast	1,7561	75,61%

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

Loonindex*		
Jaar	Datum	Index
2025	01.01.2025	213,74
2024	01.04.2024	208,47
	01.01.2024	204,43
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



*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)
31.03.2025	350,32	354,90	364,62	353,37	375,88
28.02.2025	350,32	354,90	364,62	353,37	375,88
31.01.2025	352,91	354,90	364,62	353,37	375,88
31.12.2024	356,36	356,65	367,10	355,59	378,60
30.11.2024	359,81	360,15	367,10	355,59	378,60
31.10.2024	359,81	361,02	367,10	355,59	378,60
30.09.2024	361,54	366,26	367,10	355,59	378,60
31.08.2024	361,54	366,26	367,10	355,59	378,60
31.08.2024	361,54	366,26	367,10	355,59	378,60
31.07.2024	361,54	366,26	366,65	354,70	378,60
30.06.2024	361,54	366,26	367,10	355,59	378,60
31.05.2024	361,54	364,51	367,10	355,59	378,60
30.04.2024	361,54	364,51	367,10	355,59	378,60
31.03.2024	361,54	364,51	369,57	357,82	381,32

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

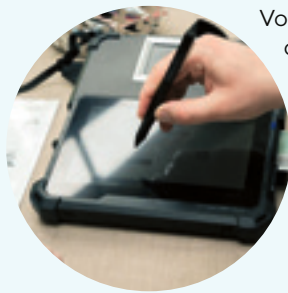
De meeste recente cijfers vind je op onze website www.febelgra.be onder 'Diensten / Commercieel / GIL-etiket'.
De auteurs, de redactie en de uitgever streven naar betrouwbaarheid van de gepubliceerde informatie waarvoor ze echter niet aansprakelijk kunnen worden gesteld.

Dataline breidt uit naar Denemarken

Dataline zet zijn Europese groeistrategie kracht bij met de overname van het Deense bedrijf Dansk Dataservice. Het bedrijf uit Kerteminde is sinds 1983 actief en gespecialiseerd in IT-oplossingen voor de grafische sector. Hun bekendste product, IT Graphware, ondersteunt dagelijks meer dan 600 gebruikers in zo'n 40 Deense bedrijven bij het opstellen van offertes, orderbeheer en het optimaliseren van productieprocessen. Na de overname zal Dansk Dataservice opereren onder de vlag van Dataline.



Technologie van Dioss vergroot toegankelijkheid



Voor minder mobiele mensen is het geen evidentie om zich naar het stadsloket te begeven voor administratieve zaken zoals het aanvragen van een identiteitskaart. Dankzij de innovatieve **Mobio-kit** van Febelgra-lid **Dioss Smart Solutions**, in samenwerking met de Cevi Group, wordt dat nu een stuk eenvoudiger. Meer dan 65 steden en gemeenten, waaronder Gent en Ninove, bieden intussen de mogelijkheid om de identiteitskaart aan huis aan te vragen. De Mobio-kit komt letterlijk tot bij de mensen thuis en zorgt voor een veilige, correcte én mobiele registratie van identiteitsgegevens. Een prachtig voorbeeld van hoe technologische innovatie bijdraagt aan digitale inclusie en toegankelijkheid voor iedereen.

Papieren bijsluiter mag niet verdwijnen

De Europese Commissie overweegt om de papieren bijsluiter van medicijnen te vervangen door een QR-code. Apothekers, mutualiteiten en consumentenorganisaties doen een dringende oproep aan de regering en minister Frank Vandenbroucke om zich krachtig te verzetten tegen het schrappen van de papieren bijsluiter. Zij benadrukken: "De verplichte papieren bijsluiter is cruciaal voor een inclusief gezondheidsbeleid dat rekening houdt met de noden van kwetsbare patiënten die minder digitaal geletterd zijn." Ook Febelgra bracht haar bezorgdheid over bij de minister.

Lidl stopt met papieren folder

Lidl zet in op verdere digitalisering en stopt met huis-aan-huis bedeling van papieren folders. "Een duurzame stap voorwaarts", noemt Lidl het. De supermarktketen bouwt al sinds 2023 de bedeling van papieren folders af. Volgens de warenhuisketen slaat ze met de overstap naar digitale communicatie 2 vliegen in 1 klap.

Ze bespaart 'als innovatief en milieuvriendelijk bedrijf' 1.000 ton papier per jaar en ze speelt in op de wensen van haar klanten, 'die de Lidl Plus-app en digitale folder steeds vaker gebruiken'.

Dat Lidl de ecologische kaart trekt, noemt Gino Van Ossel, professor marketing aan de Vlerick Business School, voorspelbaar. In werkelijkheid spelen volgens hem twee andere factoren een grotere rol: de baten wegen niet langer op tegen de kosten, en bedrijven willen gerichter communiceren – wat digitaal makkelijker lukt. Maar digitalisering heeft ook zijn prijs: "Digitale communicatie is minder zichtbaar. Drukwerk moet je uit de brievenbus halen. Een e-mail verdwijnt snel naar de tweede pagina, een app moet je zelf openen." Febelgra kaartte de misleidende communicatie aan bij de keten.

Nautilus® - milieubewust in elke vezel

NAUTILUS®

All for the love of nature.

Wilt u een positieve impact maken met milieuvriendelijk kwaliteitspapier? Kies Nautilus® voor uw offset projecten! Dit hoogwaardige 100% gerecycleerde papier is verkrijgbaar in twee wittinten, diverse gramgewichten en formaten. Nautilus® is de beste in zijn klasse op het gebied van milieu en perfect voor al uw offset drukwerk!

Uitzonderlijke milieuprestaties

Dit 100% post-consumer gerecycleerd papier heeft drie belangrijke certificeringen: FSC® Recycled, EU-Ecolabel en Cradle to Cradle Brons. Daarnaast heeft Nautilus® Classic papier het Blue Angel label.

Twee tinten wit voor elke toepassing

Nautilus® biedt twee tinten wit om aan al uw wensen te voldoen:

- **Nautilus® SuperWhite** – een hoogwit papier (CIE 150) met een uitstekende kleurweergave en premium kwaliteit.
- **Nautilus® Classic** – met een natuurlijk witte tint (CIE 112) toont uw aandacht voor het milieu. Nautilus® Classic bevat geen optische witmakers.

Superieure kwaliteit voor alle druktechnieken

Nautilus® papier is speciaal ontwikkeld voor hybride druktechnieken waarbij Offset, Digital Dry Toner en High-Speed Inkjet (monochroom en spot colors)

moeiteloos kunnen worden gecombineerd. Nautilus® is voorzien van de ColorLok®-technologie waardoor het papier sneller droogt en inkt meer op het oppervlak blijft liggen met rijke, levendige kleuren en diepe zwarttinten als resultaat. De beperkte stofvorming en uitstekende runnability zorgen voor uitstekende drukresultaten en een optimale productie-efficiëntie. Nautilus® SuperWhite is ook beschikbaar in HP Indigo gecertificeerde kwaliteiten.

Een compleet assortiment

Nautilus® biedt een compleet assortiment 100% recycleerde producten in hoogwit en natuurlijk wit, van 70 tot en met 350 g/m² en in een brede selectie aan formaten. Nautilus® is geschikt voor een groot aantal toepassingen zoals brochures, boeken, rapporten, handleidingen, catalogi, foto's, posters, wenskaarten, kalenders en etiketten.

Meer weten over het Nautilus®-assortiment?

Neem contact op met Antalis:
print.be@antalis.com
+32 (0)2 451 12 00
www.antalis.be



First Impression werd gedrukt op Nautilus® SuperWhite 120 g/m². De cover werd gedrukt op Nautilus® SuperWhite 200 g/m².

Partners in Creativity

 **EASYPAY GROUP**
INNOVATION IN HR

 **Monizze**

antalis TM

 **SELECT** | **baople**

artience
TOYO INK EUROPE

Lab9 PRO

JOZEF MICHEL
OLD PAPIER

Canon

VINK 
plastic solutions and more

 **DATALINE**

 **WINTER & COMPANY**
Direct Ink Coatings
since 1985

 **IGEPA**

SARPI  **VEOLIA**

PAPYRUS 

 **HEIDELBERG**

Landa DIGITAL PRINTING