

gaan zitten bij onze klanten dan verkopen we in 70 tot 80 procent van de gevallen ons IT-platform. Tot nu toe werd dat als een zijproject gezien maar dat is zo'n dimensies aan het aannemen dat we daar krachten gaan bijzetten volgend jaar om het te verzelfstandigen en uit te breiden."

Tijd voor een ander actueel thema. Hoe zit het met sustainability in de branche? Volgens de Fespa Print Census verwacht 75 procent van de klanten duurzame producten en/of een duurzame productie. Maar wat is duurzaam? Hoe zien jullie dat en wat betekent dat in uw eigen bedrijfspraktijk?

FORIERS. "We zijn vorig jaar aan de slag gegaan met een klimaatplan. We hebben binnen de productie gekeken hoe we onze voetafdruk kunnen verlagen. We hebben alles onder de loep genomen. Zo hebben we de keuze gemaakt om alleen nog Europese materialen aan te kopen, we gaan voor een kortere keten. Een leverancier die in België produceert heeft bij ons voorrang. We gaan richting PVC-vrije materialen. Onze klanten vragen dat ook. In de productie hebben we verschillende zaken kunnen doen. De afvalsortering hebben we aangepakt, ons restafval hebben we op een jaar tijd met 70 procent kunnen verminderen. Er wordt meer gerecycleerd. We compenseren ook. Sinds twee jaar planten we per order een boom in Madagaskar. Dit zorgt voor een groeiend vertrouwen in ons bedrijf. Ik geef de raad aan iedereen, blijf daar niet in achter en doe een bijdrage waar mogelijk."

HELON. "Sustainability komt in heel veel vormen terug: duurzame productie, hernieuwbare energie. Al onze energie is groene energie, we investeren ook bewust in een hedendaags en up-to-date machinepark omdat daar ook de meest energiebesparende technologieën in zitten. We werken aan duurzame producten, PVC-vrij, gerecycleerde producten. We voelen dat er op dat vlak wel wat beweegt bij de fabrikanten. Voor kanaalplaat zijn we standaard overgegaan naar gerecycleerd materiaal in plaats van de *virgin* versie. De gerecycleerde Forex begint nu meer en meer op te komen. We zien een positieve evolutie in de circulaire producten en we geloven er hard in. Ik ben ervan overtuigd dat het een verhaal is dat we samen moeten schrijven met alle stakeholders binnen de markt. Onze leveranciers spelen daar een belangrijke rol. Het gaat om wat we in de markt zetten en wat we terughalen. We hebben



Het businessdebat op Sign2Com werd gemodereerd door Kurt De Cat, de hoofdredacteur van M&C Magazine en Grafisch Nieuws.

al een aantal programma's bij klanten lopen, waar we maandelijks promomaterialen leveren en bij de levering de gebruikte materialen terug ophalen. Via de materiaalleveranciers komt dat materiaal terug in de keten. Een voorbeeld is het polypropyleen-verhaal van Igepa Belux. Wij printen op gerecycleerde Forex, we verzamelen ons productieafval al apart. We gaan ook met klanten kijken hoe we dat materiaal kunnen recupereren via de bestaande logistieke stromen. Via Igepa wordt dat terug meegenomen, Vanheede Environment Group zorgt voor de verwerking. En er worden nieuwe kanaalplaten van gemaakt. We moeten echt samen zoeken naar dat type oplossingen. Daarvoor is FESPA België belangrijk. Om de gemeenschappelijke vragen van onze markt mee op te lossen."

Sign2Com ontvangt 3245 bezoekers

De vakbeurs Sign2Com in Kortrijk blijft een vaste waarde voor de wereld van de signage en de visuele communicatie in onze contreien. Beursmanager Peter Vanbrackel blikt tevreden terug op de voorbije editie. In hal 4 van Kortrijk Xpo tekenden dit jaar 72 exposanten present, vijf meer dan de editie van 2021. Ook het bezoekersaantal zat in de lift. "Over de drie beursdagen ontvingen we 3245 bezoekers, dat is zes procent meer dan twee jaar geleden", zegt Peter Vanbrackel. Op zondag 8 oktober kwamen meer dan duizend bezoekers afgezakt naar de vakbeurs. De topdag was op maandag met 1372 bezoekers. De derde beursdag moest terrein prijsgeven met net geen 800 bezoekers. Opvallend was de toenemende belangstelling van Franstalige bezoekers voor de beurs. Ongeveer dertig procent van het beurspubliek is Franstalig. "De eerste feedback van de standhouders is positief", zegt Peter Vanbrackel. "Verschillende exposanten spreken lovend over het kwalitatief hoogstaande profiel van het beurspubliek. Dat leverde goede leads op, beter dan in 2021. " Volgens de beursmanager gaf deze editie van Sign2Com een goede weerspiegeling van de diversiteit van de markt. Vanbrackel ziet nog groeipotentieel voor de beurs. "We kunnen bijvoorbeeld nog meer inzetten op digital signage en specifieke toepassingen zoals interieurdecoratie", zegt hij. Voor de volgende editie van Sign2Com is het wachten tot oktober 2025. Een precieze datum ligt nog niet vast.