

ROULARTA MEDIA GROUP

DUURZAAMHEIDSVERSLAG 2024

Tendances
Trends

TT-1
Gère
Héber
Cet
Num
d'abonnement:

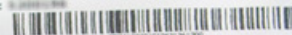
RMG, MEIBOOMLAAN 33, 8800 ROESELARE, BELGIË
ous-même votre abonnement sur compte mesmagazines.be
adulaire -P509559- Tendances -45- 10/11/2022
allage est recyclable

abonnement urgent

Ba-M1- 1180-Res-538/168



PB-PP | B-331
BELGIË (N) - BELGIË (R)



COMMUNISTE BELGIE
NATIONALE MONTAGNE 17% RTE #
LIBRE BRUXELLES

03821/0256/05/**/

Ba-M1-W3



Trends
Impact
awards

OUVREZ-VITE L'ENVELOPPE ET
DÉCOUVREZ VOTRE TRENDS-TENDANCES
AVEC SON SUPPLÉMENT TRENDS IMPACT SPECIAL



INHOUD

VOORWOORD	5
1 SDG's.....	9
2. TARGETS EN KPI'S (SDG EN CSRD) OVERZICHT EN RESULTATEN.....	11
3. RESULTATEN TARGETS EN KPI'S 2024:.....	132
4. CSRD (CORPORATE SUSTAINABILITY REPORTING DIRECTIVE)	184
5. E = ENVIRONMENTAL.....	218
6. S = SOCIAL	249
BESLUIT	274
ANNEX I TOPICS / SUBTOPICS / SUBSUBTOPICS	275
ANNEX II REFERENTIE TABEL	278
ANNEX III LIJST VAN DATAPUNTEN IN DWARSDOORSNIJDENDE EN THEMATISCHE STANDAARDEN DIE VOORTKOMEN UIT ANDERE EU-WETGEVING.....	281
ANNEX IV CAPEX	253
ANNEX V OPEX.....	257
ANNEX VI TURNOVER.....	261
DEFINTIES KPI'S	265
ANNEX VII NUCLEAR AND FOSSIL GAS RELATED ACTIVITIES	266



VOORWOORD

U leest **het eerste CSRD-rapport van Roularta Media Group**. Een lijvig verslag, dat we met enige fierheid aan u voorstellen. Rapporteren over duurzaamheidsacties is voor Roularta Media Group dan ook méér dan een verplicht nummertje. De roep om transparantie biedt een unieke kans om de buitenwereld mee te nemen in de ambitieuze weg die dit mediabedrijf al langer volgt. Om verantwoording af te leggen aan al onze stakeholders, maar evengoed om hen te inspireren. Tegelijk ontstaat zo een duidelijk kader dat de inspanningen helpt structureren en hiaten blootlegt. Want het kan en moet altijd beter.

Roularta Media Group staat voor duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Het bedrijf zet al vele jaren actief in op allerlei facetten van duurzaamheid, met initiatieven die op de voet te volgen waren via de dagelijkse berichtgeving én de gepubliceerde duurzaamheidsrapporten. **De wil om volkomen transparant een steentje bij te dragen aan een betere wereld van morgen** is dus niet nieuw, maar tillen we nu naar een hoger niveau met dit CSRD-verslag. Dat verruimt de rapportering, biedt zowel onszelf als de lezer een uitstekend beeld van het ESG-traject van Roularta Media Group en maakt het mogelijk om jaar na jaar verbeteringen te monitoren.

Uiteraard kunnen we niet rond het feit dat de **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** beursgenoteerde bedrijven verplicht om over hun duurzaamheidsinspanningen te rapporteren. We zijn verheugd dat we met dit document aan deze belangrijke Europese eis voldoen.

De intrinsieke wens om transparant te verduurzamen blijkt niet alleen uit de CSRD rapportering maar is ook nog steeds zichtbaar aanwezig in de Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties. Om gericht in actie te kunnen schieten en om vanuit onze specifieke activiteiten de grootst mogelijke impact te realiseren, besloten we vier van deze ontwikkelingsdoelen te prioriteren: kwaliteitsonderwijs (SDG 4), eerlijk werk en economische groei (SDG 8), verantwoorde consumptie en productie (SDG 12) en klimaatactie (SDG 13). We nemen u graag mee doorheen de doelstellingen waarmee we deze **duurzaamheidsspeerpunten** vormgeven en dag in dag uit het verschil proberen te maken.

Veel leesplezier!

Xavier Bouckaert
CEO Roularta Media Group

Uw feedback is van harte welkom. Neem gerust contact op via
Xavier.Bouckaert@roularta.be



IN HET

Dit eerste CSRD-rapport is voor Roularta Media Group allerminst een eerste duurzaamheidsverslag. Dat publiceerde het voor het eerst in... 2006. Het beste bewijs dat duurzaamheid in de genen van het mediabedrijf zit.

De grote versnelling kwam er echter in 2021 toen de SDG's van de Verenigde Naties het vertrekpunt van concrete duurzaamheidsinitiatieven werden. Een focus op vier SDG's leidde tot een heldere strategie en tot initiatieven die verder in dit rapport worden toegelicht.

KORT



1. SDG'S



1.DE SDG'S

Duurzame ontwikkeling is sinds jaar en dag ingebed in de strategie, de bedrijfsvoering en de cultuur van Roularta Media Group. Ambities als ondernemerschap, creativiteit en innovatie verenigen met kernwaarden als toekomstgericht, doordacht en respect, staat al lange tijd hoog op de agenda. En ook op vlak van rapportering lieten de eerste stappen niet lang op zich wachten, met reeds in 2006 een eerste duurzaamheidsverslag.

In 2021 kwam het duurzaamheidstraject van Roularta Media Group in een echte stroomversnelling terecht. Toen koos ze immers resoluut voor een SDG-aanpak, een logische stap die perfect aansloot en -sluit bij de slotzin van haar missie: "Roularta Media Group wil een duurzame meerwaarde scheppen voor al haar stakeholders en voor de hele samenleving."

Zo vond duurzaamheid ingang in de waarden van de Roularta Media Group, dat onder het motto 'One Team, One Family, One Planet' actief wil meebouwen aan een betere wereld van morgen. Tegelijk zag het engagement van de gehele organisatie zich vertaald in het manifest 'Roularta Cares', en in de oprichting van een Sustainability Committee (Susco). Dat staat in voor het intern en extern bekendmaken en promoten van de vier focus-SDG's en voor het definiëren en opvolgen van targets om de duurzaamheids-

ambities te concretiseren. Ook leidt het de duurzaamheidsrapportering in goede banen.

1.1. VIER FOCUS-SDG'S

Uit het gekende rijtje ontwikkelingsdoelen van de Verenigde Naties werden op basis van een eerste materialiteitsoefening vier SDG's geselecteerd. Dit zijn de duurzaamheidsspeerpunten van de Roularta Media Group. Het zijn vier beloftes, vertaald in 22 tast- en meetbare doelstellingen. Deze beloftes vormen de ideale leidraad om over de geleverde inspanningen te rapporteren.

- SDG 4 - Kwaliteitsonderwijs
- SDG 8 - Eerlijk werk en economische groei
- SDG 12 - Verantwoorde consumptie en productie
- SDG 13 - Klimaatactie

1.1.1. SDG 4 - KWALITEITSONDERWIJS

Verzeker gelijke toegang tot kwaliteitsvol onderwijs en bevorder levenslang leren voor iedereen.

Roularta Media Group bouwt mee aan slimmere en bewustere generaties via betrouwbare, relevante informatie en doelgerichte activiteiten die duurzaam gedrag stimuleren. Daarbij ligt de focus op zowel interne als externe stakeholders.

Elke medewerker geniet een persoonlijk opleidingsplan en heeft keuze uit een hele

reeks opleidingsmogelijkheden rond allerlei thema's en vaardigheden. Zo zijn er de Roularta Academy, de webinars met experts en de workshops van de inhouse coach, maar wordt ook het gebruik van e-learningplatformen gefaciliteerd.

De mediagroep gaat ook haar verantwoordelijkheid naar de lezer toe niet uit de weg, met in de eerste plaats het engagement van de Roularta-redacties om elk jaar minstens 2.000 artikels aan duurzame topics te wijden. Daarnaast hebben events als de Trends Impact Awards en de Masterclasses Sustainable Communication als doel externe stakeholders verder te informeren over en bovenal te inspireren rond duurzaamheid.

1.1.2. SDG 8 - EERLIJK WERK EN ECONOMISCHE GROEI

Bevorder aanhoudende, inclusieve en duurzame economische groei, volledige en productieve tewerkstelling en waardig werk voor iedereen.

Roularta Media Group streeft naar duurzame economische groei in een strategisch wendbare en op innovatie gerichte organisatie. Het aantrekken van nieuw talent en het stimuleren van medewerkers om zich verder te ontwikkelen in een aangename, familiale omgeving met aandacht voor welzijn, continue opleiding en respect voor elkaars eigenheid zijn daarbij prioritair.

Met talrijke initiatieven, zoals het HAPPIE-engagement, het flexibel verloningssysteem Bar HR en de werkgroep Roulactief, timmert Roularta Media Group dagelijks aan een duurzame werkomgeving waarin individuen en teams kunnen floreren. Tegelijk neemt ze als actief lid van meerdere vakverenigingen een voortrekkersrol op in de mediasector wat betreft duurzame groei.

1.1.3. SDG 12 - VERANTWOORDE CONSUMPTIE EN PRODUCTIE

Verzeker duurzame consumptie- en productiepatronen.

Roularta Media Group zet in op duurzame productie en consumptie, en kiest voor partners die deze visie delen.

Om haar impact op het milieu tot een absoluut minimum te beperken, investeert Roularta Media Group continu in het optimaliseren van de productie-technieken en hun energie-efficiëntie. De duurzame inkten in de drukkerij, de papieren verpakkingen waarin meer en meer titels in de bus vallen, de bijna 2.000 zonnepanelen op de gebouwen in Roeselare en Brussel en de behaalde energiecertificaten zijn in deze maar enkele van de vele voorbeelden. Verder wordt ook duurzame mobiliteit op diverse manieren gepromoot.

1.1.4. SDG 13 - KLIMAATACTIE

Neem dringend actie om de klimaatverandering en haar impact te bestrijden.

Roularta Media Group kiest resoluut voor een duurzamer energie- en grondstoffenbeleid en streeft naar een significant kleinere ecologische voetafdruk, in het bijzonder CO2-neutraliteit in 2040.

Via een concreet stappenplan met korte termijn-doelstellingen werkt Roularta Media Group aan haar ambitie om CO2-neutraal te zijn in scopes 1 en 2 tegen 2040, maar met onder meer een aankoopcharter voor leveranciers leeft tevens de ambitie om de scope 3-uitstoot te helpen terugdringen. Als Green Deal-bedrijf zet Roularta Media Group zich daarnaast actief in voor biodiversiteit, zowel op de eigen sites als elders.

2. TARGETS EN KPI'S

(SDG EN CSRD)
OVERZICHT EN
RESULTATEN

Overzicht van targets & KPI's gebruikt in ESG-rapportering

CSRD REF	SDG ref	Doel	KPI	Target geldig vanaf	Scope	Meetbaar	Resultaat 2024
E1	SDG 13	Klimaatneutraal tegen 2050	Tegen 2030 dienen de scope 1-en scope 2 emissies gedaald te zijn tot 4.700 ton CO ₂ -emissie.*	2024	Roularta Media Group	ton CO ₂ -emissies	5.521
E1	SDG 13	Klimaatneutraal tegen 2050	Tegen 2030 dienen de scope 3 emissies gedaald te zijn tot 35.000 ton CO ₂ -emissie.	2024	Roularta Media Group	ton CO ₂ -emissies	40.205
E1	SDG 13	Klimaatneutraal tegen 2050	Tegen 2030 is het wagenpark van RMG (bedrijfsvoertuigen) voor 95% CO ₂ -arm.	2024	Roularta Media Group	aantal wagens	55%
E1	SDG 12	Klimaatneutraal tegen 2050	ISO 50001 elk jaar beter scoren op het vlak van energieprestatie.	2024	Roularta Media Group	EnPI (Energie Performantie Indicator) moet elk jaar 'hoger' zijn; d.w.z. dat we meer halen uit eenzelfde eenheid energie.	ok 118,2
E1	SDG 13	Klimaatneutraal tegen 2050	De totale uitstoot van het wagenpark verminderen met 80% tegen 2028 t.o.v. 2019 (2.512 ton).	2024	Roularta Media Group	ton CO ₂ -emissies	935
E1	SDG 13	Klimaatneutraal tegen 2050	Verdubbeling aantal zonnepanelen Roeselare tegen eind 2025 t.o.v. 2020.	2024	Vestiging Roeselare	telling	On track
E2	SDG 12	Emissies solventen beperking	De totale emissie t.o.v. inktverbruik moet elk jaar minder zijn dan 2% (of 50% minder dan de Vlare III-norm van 9 december 2024).	2024	Roularta Media Group	solventen-boekhouding	ok 1,05%
E5	SDG 12	Verantwoorde aankoop - cfr verantwoord afval	Al het papier voor eigen werken is PEFC- of FSC-gecertificeerd.	2024	Roularta Media Group	certificaten	ok
E5	SDG 12	Verantwoorde aankoop - cfr verantwoord afval	Alle inkten hebben het Blue Angel-certificaat.	2024	Roularta Media Group	certificaten	ok
E5	SDG 12	Verantwoorde aankoop - cfr verantwoord afval	Minstens 80% van het papier wordt aangekocht bij leveranciers die SBTi certified zijn.	2024	Roularta Media Group	Nazicht a.d.h.v. omzet leveranciers	>90%
E5	SDG 12	Verantwoorde aankoop - cfr verantwoord afval	Minstens 50% van alle inkt wordt aangekocht bij leveranciers die SBTi certified zijn.	2024	Roularta Media Group	Nazicht a.d.h.v. omzet leveranciers	ok

* Scope 2-emissies berekend op basis van de locatiegebaseerde methode.

Overzicht van targets & KPI's gebruikt in ESG-rapportering

CSRD REF	SDG ref	Doel	KPI	Target geldig vanaf	Scope	Meetbaar	Resultaat 2024
S1	SDG 8	Diversiteit op de werkvloer	Jaarlijks minstens 15 fun@work-sessies of -initiatieven organiseren in België en/of Nederland.	2024	Roularta Media Group	telling aantal sessies	19
S1	SDG 4	Aantrekken & behouden van werknemers	1 jaar na aanwerving nog 90% in dienst. 2 jaar na aanwerving nog 80% in dienst. 3 jaar na aanwerving nog 75% in dienst.	2024	Roularta Media Group	telling aantal aanwervingen en uit dienst	"2022*:83% 2023*:89% 2024: 96%"
S1	SDG 4	Aantrekken & behouden van werknemers	Nieuwe medewerkers in BE geven een tevredenheidsscore van 90% m.b.t. het onboardingproces.	2024	Roularta Media België	% medewerkers tevreden/ zeer tevreden.	87,50%
S1	SDG 4	Aantrekken & behouden van werknemers/ Diversiteit op de werkvloer	De huidige medewerkers van RMG geven een tevredenheidsscore van minstens 75%.	2024	Roularta Media Group	resultaat tevredenheidsenquête	75%
S1	SDG 8	Aantrekken & behouden van werknemers	Gemiddeld aantal uren opleiding per werknemer in BE over een periode van 3 jaar minstens gelijk aan 18 uur.	2024	Roularta Media België	registratie uren	17u
S4	SDG 4	Onafhankelijke journalistiek	Alle gegronde klachten van de Raad van Journalistiek/Conseil Deontologique zullen worden voorzien van de nodige publiciteit zoals voorzien door de respectievelijke codes.	2024	Roularta Media Group	telling dagen vanaf datum notificatie tot aan datum oplossing	geen gegronde klachten
S4	SDG 4	Toegang tot kwaliteitsvolle informatie	Er zullen minimum 250 factchecks worden gepubliceerd elk jaar.	2024	Roularta Media Group	telling aantal artikels	280
ES1 / S4	SDG 4	Brainprint & Community building	2.000 positief activerende artikels per jaar met betrekking tot allerlei diverse aspecten van duurzaamheid.	2024	Roularta Media België	telling aantal artikels	2.114
ES1 / S4	SDG 4	Brainprint & Community building	Elk jaar minstens 200.000 deelnames aan activaties die aanzetten tot een gedragsverandering in het kader van de duurzaamheid.	2024	Roularta Media België	telling aantal activaties	261.976
Value chain	SDG 12	Duurzame aankoop	Tegen 2023 verloopt 30% van de aankoopwaarde bij leveranciers die het duurzaam aankoopcharter hebben ondertekend. Tegen 2025 verloopt 50% van de aankoopwaarde bij leveranciers die het duurzaam aankoopcharter hebben ondertekend.	2024	Roularta Media Group	Telling van verslagen leveranciers afgezet t.o.v. omzet	51,28%

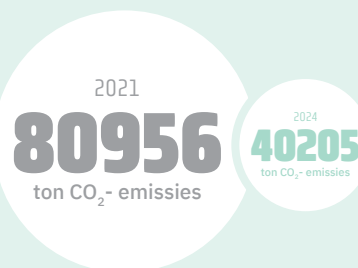
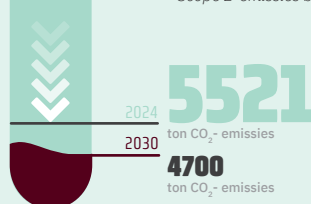
*Nederland werd niet meegenomen in de berekening 2022/2023.

3. RESULTATEN TARGETS EN KPI'S 2024

CO₂-emissie laten dalen

Tegen 2030 dienen de scope 1- en scope 2 emissies gedaald te zijn tot 4.700 ton CO₂-emissie.* #SDG 13

* Scope 2-emissies berekend op basis van de locatiegebaseerde methode.



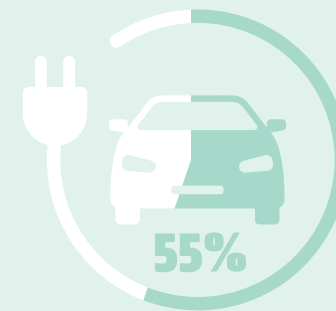
CO₂-emissie laten dalen

Tegen 2030 dienen de scope 3 emissies gedaald te zijn tot 35.000 ton CO₂-emissie. #SDG 13



Wagenpark CO₂-arm maken

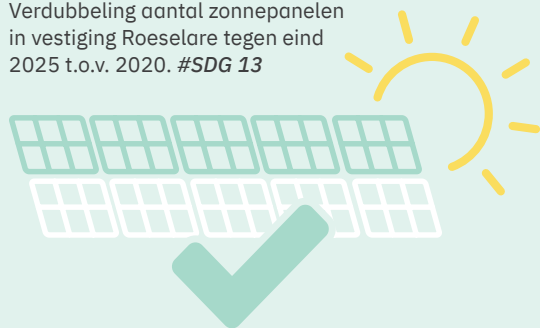
Tegen 2030 is het wagenpark van RMG (bedrijfsvoertuigen) voor 95% CO₂-arm. #SDG 13



KLIMAATVERANDERING

Meer zonnepanelen

Verdubbeling aantal zonnepanelen in vestiging Roeselare tegen eind 2025 t.o.v. 2020. #SDG 13



2022
1462
ton CO₂-emissies

Wagenpark CO₂-arm maken

De totale uitstoot van het wagenpark verminderen met 80% tegen 2028 t.o.v. 2019 (2.512 ton). #SDG 13

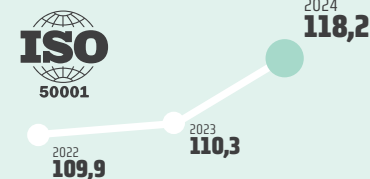
2023
1326
ton CO₂-emissies

2024
935
ton CO₂-emissies



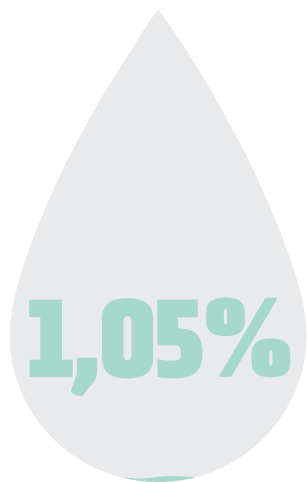
ISO 50001

ISO 50001 elk jaar beter scoren op het vlak van energieprestatie. #SDG 12



Emissie t.o.v. inktverbruik

De totale emissie t.o.v. inktverbruik moet elk jaar minder zijn dan 2% (of 50% minder dan de Vlare III-norm van 9 december 2024). **#SDG 12**



LUCHT-
KWALITEIT

Gecertificeerde inkten

Alle inkten hebben het Blue Angel-certificaat. **#SDG 12**



Gecertificeerd papier

Al het papier voor eigen werken is PEFC- of FSC- gecertificeerd. **#SDG 12**



MATERIAALGEBRUIK & CIRCULAIRE ECONOMIE



SBTi gecertificeerd papier

Minstens 80% van het papier wordt aangekocht bij leveranciers die SBTi certified zijn. **#SDG 12**

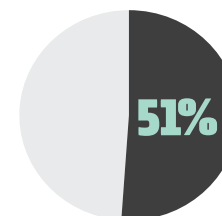


SBTi gecertificeerd inkten

Minstens 50% van alle inkt wordt aangekocht bij leveranciers die SBTi certified zijn. **#SDG 12**

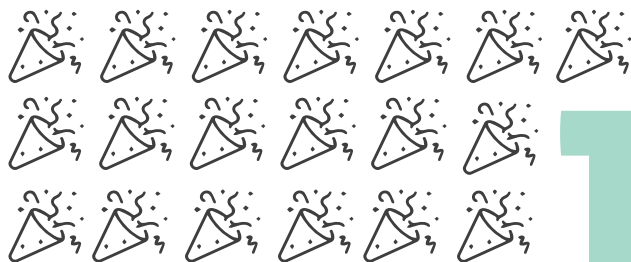
Duurzame aankoop

Tegen 2023 verloopt 30% van de aankoopwaarde bij leveranciers die het duurzaam aankoopcharter hebben ondertekend. Tegen 2025 verloopt 50% van de aankoopwaarde bij leveranciers die het duurzaam aankoopcharter hebben ondertekend. **#SDG 12**



Fun@work-activiteiten

Jaarlijks minstens 15 fun@work-sessies of -initiatieven organiseren in België en/of Nederland. #SDG 8



19

EIGEN PERSONEEL

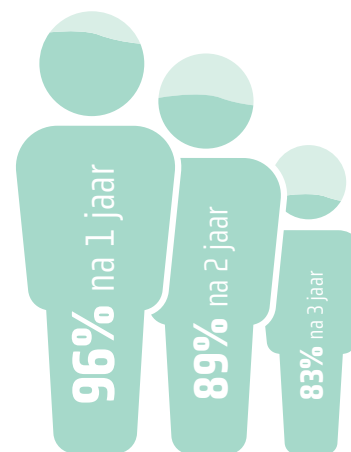
Tevredenheidsscore nieuwe medewerkers

Nieuwe medewerkers in België geven een tevredenheidsscore van 90% m.b.t. het onboardingproces. #SDG 4



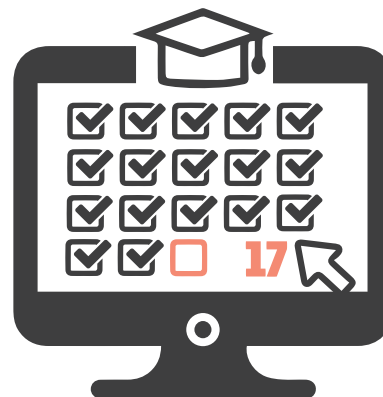
Tevredenheidsscore huidige medewerkers

De huidige medewerkers van RMG geven een tevredenheidsscore van minstens 75%. #SDG 4



Retentie nieuwe medewerkers

1 jaar na aanwerving minstens 90% in dienst.
2 jaar na aanwerving minstens 80% in dienst.
3 jaar na aanwerving minstens 75% in dienst.
#SDG 4



Opleidingen medewerkers

Gemiddeld aantal uren opleiding per werknemer in België over een periode van 3 jaar minstens gelijk aan 18 uur. #SDG 8

S4



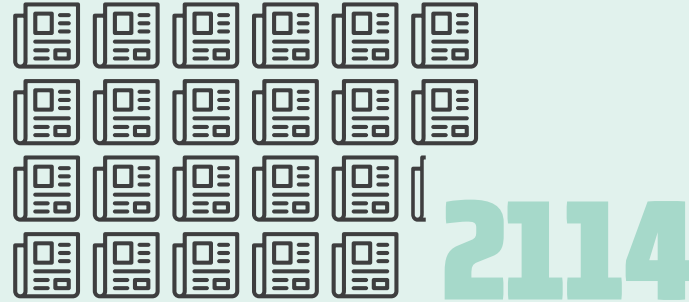
Factchecks

Er zullen minimum 250 factchecks worden gepubliceerd elk jaar. #SDG 4



Positief activerende artikels

2.000 positief activerende artikels per jaar met betrekking tot allerlei diverse aspecten van duurzaamheid. #SDG 4



CONSUMENTEN & EINDGEBRUIKERS

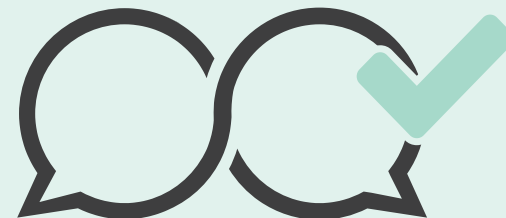
Duurzaamheidsactivaties

Elk jaar minstens 200.000 deelnames aan activiteiten die aanzetten tot een gedragsverandering in het kader van de duurzaamheid. #SDG 4



Onafhankelijke journalistiek

Alle gegronde klachten van de Raad van Journalistiek/Conseil Deontologique zullen worden voorzien van de nodige publiciteit zoals voorzien door de respectievelijke codes. #SDG 4



4. CSRD (CORPORATE SUSTAINABILITY REPORTING DIRECTIVE)

4.1. INLEIDING

Met de komst van de Europese rapporteringsverplichting rond duurzaamheid onder de noemer CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), die de rapportering structureert rond de begrippen ESG (Environment, Social en Governance), is het belangrijk dat de juiste verbanden worden gelegd tussen de reeds bestaande inspanningen en dat waar nodig bijkomende inspanningen worden geleverd om binnen het raamwerk van de CSRD een aantal relevante duurzaamheidsdoelstellingen te realiseren.

De CSRD is vooral gericht op het rapporteren van impacten, risico's en opportuniteiten rond duurzaamheid en een duurzame economie. De CSRD is een rechtstreeks gevolg van het klimaatakkoord van Parijs, dat niet enkel gekend is voor de klimaatambitie 'klimaatneutraal tegen 2050' maar eigenlijk ook als doelstelling heeft om de financiële stromen in overeenstemming te brengen met een klimaatbestendige ontwikkeling. Met andere woorden, naast de louter financiële rapportering is het tevens de bedoeling om een niet-financiële rapportering op te zetten die onderliggend gelieerd is aan de financiële stromen.

Het einddoel van deze regelgeving is een grotere transparantie enerzijds en anderzijds vooral de vergelijkbaarheid tussen de rapporten van verschillende organisaties. Op die manier wil de EU ervoor zorgen dat het

voor de lezers gemakkelijker wordt om rapporten te vergelijken én wil het tegelijkertijd verzekeren dat de rapporten terdege zijn. Greenwashing vermijden, met andere woorden.

De CSRD zal uitgerold worden in verschillende fases, afgestemd op de al dan niet beursgenoteerde status, de omzet en het aantal werknemers van een bedrijf.

Op basis van deze drie parameters zit Roularta Media Group in de eerste golf en moet het bedrijf dus voor het eerst voldoen aan de CSRD voor het boekjaar 2024. Dat betekent dat Roularta Media Group:

- moet rapporteren over alle materiële impact, risico's en opportuniteiten, het beleid en de doelstellingen met betrekking tot de ESG-onderwerpen (E = Environment of klimaat, S = Social of sociale punten, en G = Governance of bestuur);
- een DMA (Double Materiality Assessment of Dubbele Materialiteits Analyse) moet uitvoeren om zowel de impact van Roularta Media Group op de buitenwereld als de (financiële) invloed van de buitenwereld op Roularta Media Group te identificeren;
- bij de rapportering rekening moet houden met de volledige 'waardeketen', dus niet enkel met de eigen operaties maar ook met de upstream- en downstreamkant van de keten; en

- het duurzaamheidsrapport moet laten auditeren en valideren door een externe auditor onder de noemer Limited Assurance (of beperkte zekerheid).

Daarom startte Roularta Media Group reeds in 2023 met de DMA. Deze diepgaande oefening heeft het bedrijf geholpen om de relevante (materiële) 'aspecten' van het totale duurzaamheidsverhaal in kaart te brengen, niet alleen met betrekking tot de eigen operaties maar voor de volledige waardeketen.

Alle inspanningen die Roularta Media Group in het verleden leverde in het kader van duurzaamheid, vormen op zich een duurzame basis voor toekomstige initiatieven.

Roularta Media Group gelooft in duurzaamheid in al haar facetten en zal blijven inspanningen leveren voor een betere toekomst en een betere wereld.

4.1.1. BELANGRIJKSTE HOOGTEPUNTEN 2024

- DMA-oefening werd geconcretiseerd en gevalideerd door de commissaris
- De structuur van dit verslag volgt voor het eerst de voorschriften van de ESRS (European Sustainability Reporting Standards)
- De vervanging van de ovens op de machinepersen door de meer duurzame Contiweb-ovens werd voltooid
- De inspanningen m.b.t de elektrificatie

van het wagenpark werden aanzienlijk opgeschroefd (zowel wat het aantal voertuigen als het aantal laadpalen betreft)

- De goedkeuring werd bekomen voor de plaatsing van +- 3.500 extra zonnepanelen
- De daling van de CO₂-uitstoot voor zowel scope 1, 2 als 3 blijft op koers voor het behalen van de langetermijndoelstellingen
- De beslissing werd genomen om te onderzoeken of het SBTi-certificatietraject in 2025 wordt opgestart
- Roularta Media Group werd verkozen tot 8ste meest aantrekkelijke werkgever (Randstad)

4.1.2. DE TOEKOMST

- In 2025 zal extra worden ingezet op het onderzoek naar het SBTi-traject, wat per definitie inhoudt dat de inspanningen met betrekking tot de uitstoot van broeikasgassen nog meer in het licht zullen komen
- 2025 wordt het jaar waarin nog meer aandacht zal gaan naar de leveranciers (vooral upstream maar ook downstream), niet enkel voor het domein Environment maar ook voor Social & Governance
- 2025 moet de bestendinging worden voor het bedrijf als aantrekkelijke werkgever, voor zowel de huidige als de toekomstige werknemers
- Alle infrastructuurwerken en innovatieprojecten zullen steeds gebeuren met

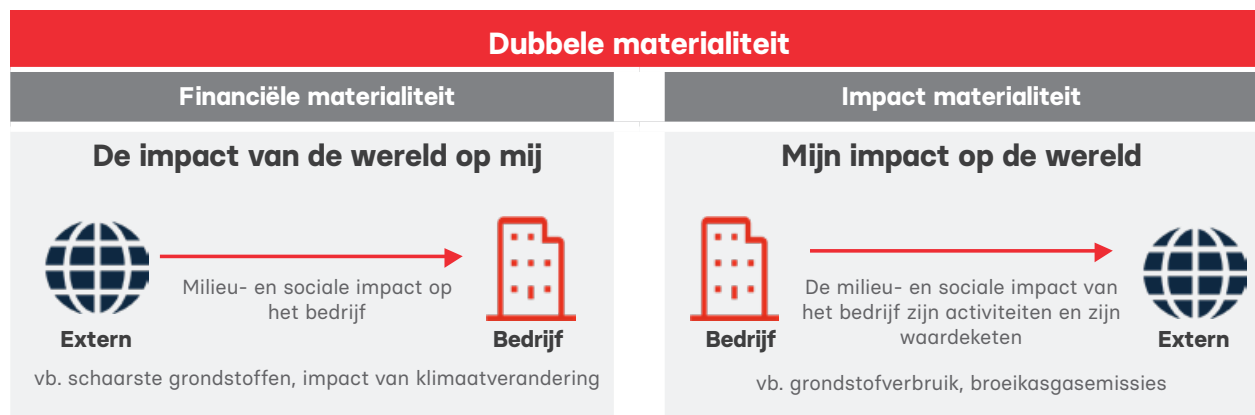
het oog op betere prestaties op vlak van duurzaamheid

- Tot slot zullen nieuwe procedures en beleidslijnen worden opgesteld en bestaande worden verfijnd met het oog op een nog betere aansluiting op de ESRS (bijvoorbeeld: een klimaatveerkracht en -scenario analyse)

4.2. CSRD EN DOUBLE MATERIALITY ASSESSMENT (DMA)

4.2.1. DMA: INLEIDING

De EFRAG (European Financial Reporting Advisory Group) heeft een longlist uitgevaardigd van mogelijke onderwerpen ('topics') die relevant zouden kunnen zijn voor iedere onderneming, los van sectoren en producten. Via een zogenaamde Double Materiality Assessment (DMA) is het de bedoeling dat een bedrijf uit de longlist de onderwerpen destilleert die voor zijn business relevant zijn. De DMA houdt in dat de business van het bedrijf onder de loep genomen wordt vanuit twee perspectieven: op welke manier hebben de activiteiten van de onderneming effect op de buitenwereld, de inside-out (bv. de CO₂-uitstoot van de onderneming),



en omgekeerd? En wat is het effect van duurzaamheidsonderwerpen in de buitenwereld op de onderneming, de outside-in (bv. schaarste van grondstoffen, klimaatopwarming, natuurrampen, ...)?

Roularta Media Group heeft een beroep gedaan op een externe adviseur om zich te laten begeleiden in een gestructureerde aanpak van haar Double Materiality Assessment. Hieronder en op de volgende pagina's wordt een beschrijving gegeven van het gevolgde proces en de resultaten van deze oefening.

De kerngroep rond duurzaamheid was verantwoordelijk voor een groot deel van de voorbereiding. Deze kerngroep wordt voorgezeten door de CFO, die ook betrokken was bij alle 'financiële' aspecten van de DMA. Op regelmatige tijdstippen werden specifieke werkgroepen georganiseerd met interne experts om per bedrijfsstroom verder input te geven en de juiste zaken in vraag te stellen.

4.2.2. DE CSRD-SCOPE

Roularta Media Group bestaat uit verschillende legale entiteiten en een aantal bedrijven waar ze een joint venture mee heeft:

NAAM VAN DE ONDERNEMING	Locatie	Deelnemingspercentage
2024		
ROULARTA MEDIA GROUP NV	Roeselare, België	100.00%
BELGIAN BUSINESS TELEVISION NV	Brussel, België	100.00%
ROULARTA MEDIA NEDERLAND BV	Baarn, Nederland	100.00%
ROULARTA MEDIA DEUTSCHLAND ¹	Augsburg, Duitsland	100.00%
RMN MINDSTYLE BV	Amsterdam, Nederland	100.00%
STUDIO APERI NEGOTIUM NV	Roeselare, België	75.00%
2024		
CTR MEDIA SA	Brussel, België	50.00%
MEDIAFIN NV	Brussel, België	50.00%
MOTOR.NL BV	Amsterdam, Nederland	50.00%
PITE MEDIA BV	Amsterdam, Nederland	50.00%
2024		
PULSAR-IT BV	Brussel, België	45.00%
IMMOVLAN BV	Brussel, België	35.00%
YELLOWBRICK NV	Schaarbeek, België	35.00%

¹ Vaste inrichting van Roularta Media Group NV

In een eerste stap werd bepaald welke legale entiteiten tot de scope van de DMA-oefening behoren, en zo dus de link vormen tussen duurzaamheidsrapportering en financiële rapportering.

Er werd beslist om volgende entiteiten op te nemen in de CSRD-scope:

Roularta Media Group NV
Belgian Business Television NV
Roularta Media Nederland BV
RMN Mindstyle BV
Roularta Media Deutschland
Studio Aperi Negotium NV

Deze entiteiten werden volledig geconsolideerd in de resultaten van Roularta Media Group op 31 december 2024. De overige entiteiten, die financieel niet volledig geconsolideerd worden, werden als onderdeel van de waardeketen beschouwd.

4.2.3. STAKEHOLDERS

In deze stap werden de verschillende interne en externe stakeholders geïdentificeerd en ingedeeld in twee groepen:

- Betrokken stakeholders: individuen of groepen die positief of negatief kunnen geïmpacteerd worden door de activiteiten van Roularta Media Group en/of de activiteiten gerelateerd aan de waardeketen

- Gebruikers van communicatie met betrekking tot duurzaamheid binnen Roularta Media Group: de lezers van het financieel jaarverslag en duurzaamheidsverslag, zoals banken en investeerders, vakbonden, academici, ...

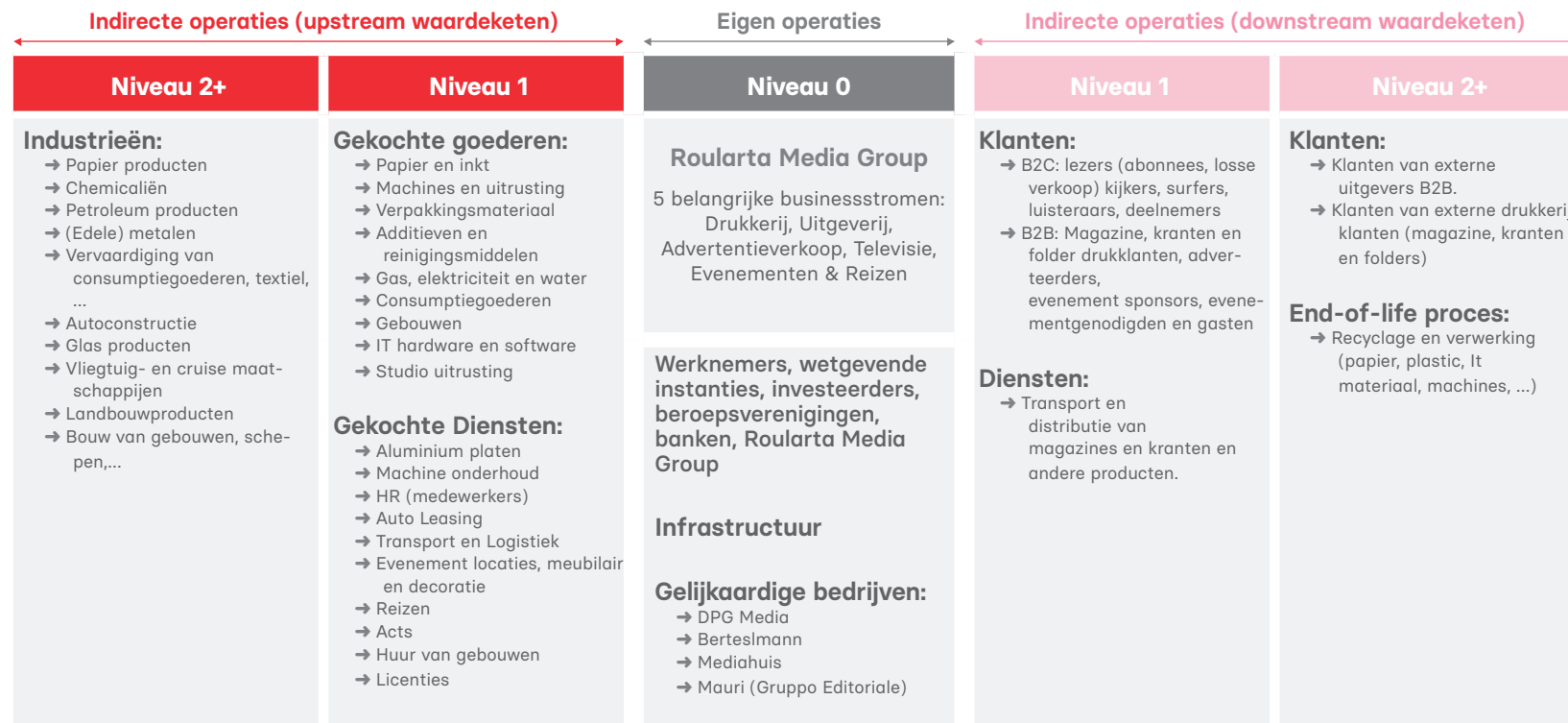
Per onderwerp werden de experts binnen de onderneming geïdentificeerd om het proces te kunnen verderzetten in werkgroepen.

4.2.4. STAKEHOLDER ENGAGEMENT PLAN

Na het identificeren van de stakeholders werd beslist op welke manier ze zouden betrokken worden bij de DMA-oefening. De belangrijkste stakeholders hierbij zijn de interne stakeholders. Het is ook niet zomaar dat de EFRAG de meeste aandacht besteedt aan het 'eigen personeel' (binnen het domein 'sociaal') en aan de 'uitstoot van broeikasgassen en energieverbruik' door de organisatie (binnen het domein 'milieu'). Daarna volgen uiteraard de andere belanghebbenden. Om het geheel werkbaar te houden, werd beslist om eerst de DMA-oefening te maken met behulp van interne experts/stakeholders. Er werden interviews uitgevoerd om input te verzamelen over de waardeketen, eventuele risico's, opportuniteiten en impacten. Verder werden de interne stakeholders betrokken bij de scoring van de impacten. Uiteindelijk werden de resultaten besproken en gevalideerd met de vertegenwoordigers van de diverse externe stakeholdersgroepen (klanten, papier- en inktleveranciers, financiële instellingen en transport & logistiek).

4.2.5. WAARDEKETEN

ROULARTA MEDIA GROUP WAARDEKETEN



Een cruciale oefening binnen de DMA is het opstellen van de waardeketen van de organisatie, rekening houdend met de voornaamste 'bedrijfsstromen'. Elk van deze bedrijfsstromen kan immers zowel upstream als downstream een volledig andere invulling krijgen.

4.2.5.1. PRIMAIRE BEDRIJFSSTROMEN

Roularta Media Group heeft daarom vijf primaire bedrijfsstromen geïdentificeerd:

- De drukkerij met de bijhorende drukkerijactiviteiten
- De uitgeverij (de titels, de redacties, de lezers, inclusief marketingacties)
- Verkoop van advertenties (de 'regie')

- Evenementen en reizen (inclusief marketingacties) zoals bijvoorbeeld Knack reizen of Trends Impact Awards
- Televisie (focus op Kanaal Z)

4.2.5.2. DRIE SEGMENTEN

Voor elk van deze stromen worden drie segmenten in overweging genomen:

- Upstream (= alle activiteiten die gebeuren vóór de activiteiten van Roularta Media Group zelf)
- Eigen operations (= de activiteiten die gebeuren bij Roularta Media Group zelf)
- Downstream (= alle activiteiten die gebeuren na de activiteiten van Roularta Media Group)

Vaak wordt upstream omschreven als 'leveranciers' en downstream als 'klanten' maar dit strookt niet helemaal met de correcte definities. Roularta Media Group zal immers ook een beroep doen op leveranciers om de goederen bij de klanten te krijgen. In dat geval bevindt die leverancier zich in het downstreamsegment.

Binnen de segmenten upstream en downstream bestaat er ook nog een opdeling in Tier 1 en Tier 2+. Uit het schema kan duidelijk worden afgeleid dat Tier 1 die zaken omvat met een directe connectie met de eigen activiteiten van Roularta Media Group, terwijl Tier 2+-zaken zich minstens één stap verder bevinden.

Een eenvoudig voorbeeld ter illustratie:

Aan de upstream kant bevindt 'inkt' zich onder Tier 1, want Roularta Media Group heeft inkt nodig om te drukken. De grondstoffen om die inkt te maken vallen onder Tier 2+.

Downstream staat 'lezers' onder zowel Tier 1 als Tier 2+. In het eerste geval (Tier 1) gaat het om de lezers van de eigen Roularta Media Group-titels, in het tweede (Tier 2+) om de lezers van titels die Roularta Media Group

drukt voor 'derden' (denk bijvoorbeeld aan The Economist).

4.2.6. IMPACT MATERIALITY

De CSRD vertrekt eigenlijk van het ESG-model (Environment, Social, Governance), waarbij het de bedoeling is om te rapporteren over zowel 'overkoepelende' aspecten van de

organisatie als 'specifieke' aspecten van de organisatie en de waardeketen.

De overkoepelende aspecten worden beschreven in de ESRS 1 en ESRS 2 en de 'specifieke' aspecten worden gegroepeerd: vijf aspecten die betrekking hebben op Klimaat, vier aspecten die te maken hebben met Sociaal en één aspect dat valt onder de noemer Governance.

OVERKOEPELENDE STANDAARDEN		
ESRS 1 Algemene vereisten		ESRS 2 Algemene toelichtingen
THEMATISCHE STANDAARD		
Klimaat	Sociaal	Governance
ESRS E1 Klimaatverandering	ESRS S1 Eigen personeel	ESRS G1 Zakelijk gedrag
ESRS E2 Verontreiniging	ESRS S2 Werknemers in de waardeketen	
ESRS E3 Water en mariene hulpbronnen	ESRS S3 Getroffen gemeenschappen	
ESRS E4 Biodiversiteit en ecosystemen	ESRS S4 Consumenten en eindgebruikers	
ESRS E5 Materiaalgebruik en circulaire economie		

Deze laatste aspecten worden echter verder onderverdeeld in subaspecten en sub-subaspecten. De volgende lijst, die overigens gebruikt werd als basis voor de materialiteitsoefening, kan geconsulteerd worden onder Annex I.

De impactmaterialiteitsoefening bestaat erin een evaluatie te maken van de actuele en potentiële impact van Roularta Media Group t.o.v. het ESG-kader. Om de bedrijven te begeleiden heeft de EFRAG bijgevolg die lijst van aspecten, subaspecten en sub-subaspecten opgesteld, maar dan wel los van sectoren of producten. Het is dus aan elk bedrijf om zelf te onderzoeken waar en op welke manier het bedrijf en bij uitbreiding de waardeketen (zowel upstream als downstream) een mogelijke impact zouden kunnen hebben. Die impact kan actueel of potentieel zijn, en positief of negatief.

Aangezien de EFRAG geen rekening houdt met sectoren noch producten en de lijst bovendien slechts een leidraad is, moeten de bedrijven ook nagaan of er nog andere aspecten zijn die mogelijk een impact kunnen hebben en staat het bedrijven toe om dus ook eigen 'aspecten' te rapporteren. Dit worden entiteitspecifieke aspecten genoemd.

Gezien haar specifieke impact op vlak van duurzaamheid besloot Roularta Media Group een aantal entiteitspecifieke aspecten toe te voegen. Die worden verder in het rapport meer in detail besproken.

4.2.7. IRO'S BEPALEN (IMPACTEN, RISICO'S EN OPPORTUNITEITEN)

Vertrekkende van de lijst van mogelijk relevante aspecten, aangevuld met een aantal entiteitspecifieke aspecten, werden binnen Roularta Media Group werkgroepen gevormd voor elk van de vijf bedrijfsstromen (zie beschrijving waardeketen hiervoor). De taak van elke werkgroep, met daarin de interne experts per bedrijfsstroom, bestond erin om voor hun respectieve bedrijfsstroom de relevante aspecten, subaspecten en sub-subaspecten te evalueren (vandaar de naam assessment) op vlak van de mogelijke materiële impacten en van de mogelijke risico's en opportuniteiten (IRO's). Deze 'eerste' bepaling bood de basis om in een volgende stap over te gaan tot een scoring van elk relevant aspect.

4.2.8. BEOORDELING IMPACTMATERIALITEIT

Het tweede deel van de oefening bestond er bijgevolg in om voor alle weerhouden aspecten na te gaan in welke mate ze ook relevant zijn.

Voor deze beoordeling werden verschillende dimensies gehanteerd:

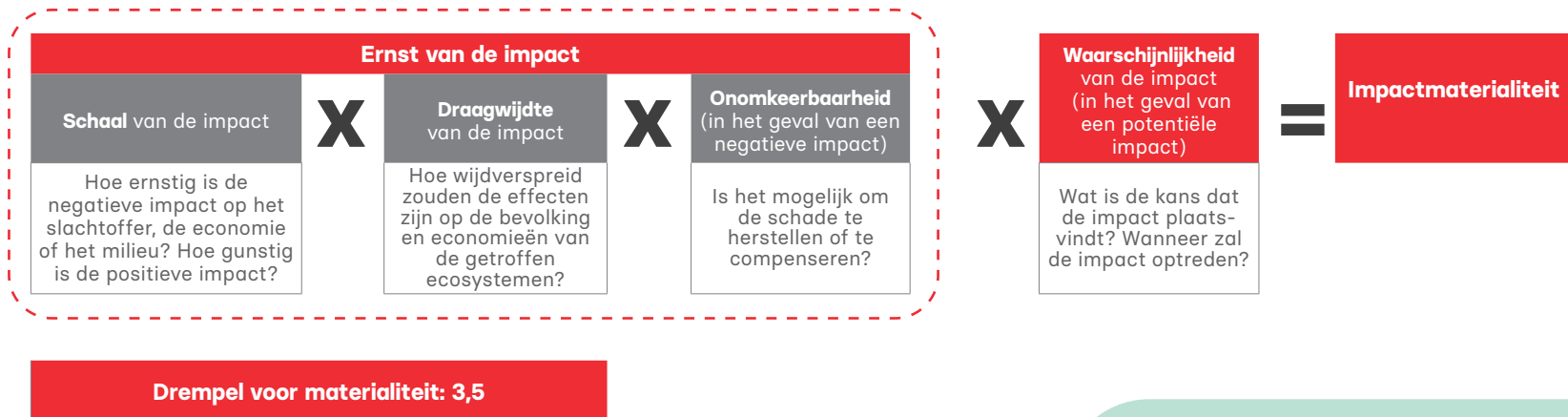
- De schaal: als er een impact is, hoe groot is die impact (bv. de impact per persoon)?
- De draagwijdte: wat is de draagwijdte van de impact (bv. het

aantal geïmpacteerde personen)?

- (On)omkeerbaarheid: hoe (on)omkeerbaar is de impact? Deze dimensie is enkel van toepassing voor negatieve impacten.
- Waarschijnlijkheid: hoe waarschijnlijk is het dat een impact gaat voorvallen? Deze dimensie is enkel van toepassing voor potentiële impacten.

Voor elk van de dimensies werd een definitie geformuleerd met daaraan gekoppeld een score van 1 tot 5 (met bij de waarschijnlijkheid bv. score 5 voor een kans binnen het jaar, score 4 voor een kans binnen de twee jaar, score 3 voor een kans binnen de drie à vijf jaar, score 2 voor een kans binnen vijf à tien jaar en score 1 voor geen kans in de eerste tien jaar).

Het gemiddelde van de score werd berekend volgens onderstaande tabel en wanneer het gemiddelde gelijk aan of hoger dan 3,5 op 5 was, werd dat aspect als materieel beschouwd. Nogmaals, de oefening werd gedaan voor de volledige waardeketen.



4.2.9. FINANCIËLE MATERIALITEIT-BEOORDELING

Na de impactmaterialiteit werd conform de CSRD-voorschriften ook een financiële materialiteit-beoordeling uitgevoerd. Bij deze oefening werden opnieuw de verschillende aspecten geëvalueerd, maar dan vanuit het oogpunt van de financiële impact op de organisatie. In deze oefening ging het in de praktijk vooral over de risico's voor het bedrijf te wijten aan externe factoren.

Voor deze beoordeling werden twee specifieke dimensies gehanteerd:

- De kans
- De omvang van de financiële impact, beoordeeld op basis van interne en externe informatie

Hierbij werd ook rekening gehouden met de termijn, zonder het in de scoring als een afzonderlijk item te berekenen.

Omdat de risico's in kwestie over alle bedrijfsstromen heen gelden, nam één interne werkgroep deze oefening voor haar rekening. Om te vermijden dat er als groep geredeneerd zou worden, maakten de leden van de werkgroep de oefening individueel en werden de resultaten daarna samengevoegd en bediscussieerd.

De dimensie 'kans' werd gedefinieerd als procentuele mogelijkheid (minder dan 10% = score 1, 10% tot 35% = score 2, 35% tot 65% = score 3, 65% tot 90% = score 4 en meer dan 90% = score 5).

De dimensie 'omvang' heeft te maken met de 'grootte' van de financiële impact, die leidde tot een cijfer van 1 tot 5.

Omdat er als premisse werd aangenomen dat het cijfer 5 enkel behaald kon worden als één van de twee dimensies ook effectief een score 5 had gekregen, werd de grenswaarde voor de financiële impact ook vastgelegd op 5. Dat (5 op 20) lijkt misschien laag op zich, maar Roularta Media Group heeft ervoor gekozen om hierin geen ruimte te laten voor speculatie of discussie.

4.2.10. CONSOLIDATIE VAN DE TWEE BEOORDELINGEN EN VALIDATIE

Na het afwerken van beide beoordelingen werden impactmaterialiteit en financiële materialiteit geconsolideerd om tot één overzicht te komen van aspecten die voor Roularta Media Group relevant zijn om op te volgen en over te rapporteren.

Geen evidente uitkomst, omdat je te maken hebt met ten eerste aspecten die enkel gelden voor de eigen organisatie, ten tweede aspecten die enkel gelden voor de waardeketen (en dus niet voor de eigen organisatie), en ten derde aspecten die gelden voor zowel de eigen organisatie als de waardeketen.

Eenmaal de geconsolideerde uitkomst was vastgelegd, werd deze besproken met een aantal externe stakeholders (financiële partner, papierleverancier, inktleverancier,

ationale advertentieklant, buitenlandse advertentieklant, drukkerijklant, distributeur). Zo was het mogelijk om na te gaan of er geen fundamentele aspecten ontbraken en of het eindresultaat in lijn lag met hoe deze externe stakeholders Roularta Media Group percipiëerden.

Na deze externe validatie volgde een interne validatie via het management, het auditcomité en de Raad van Bestuur.

Op basis van deze validaties kunnen we hiernaast de finale uitkomst van de DMA publiceren.

De vetgedrukte aspecten hebben betrekking op de eigen operaties, terwijl de schuingedrukte aspecten de bredere waardeketen aangaan.

Gezien de complexiteit van de oefening en de verschillende gehanteerde criteria is het niet evident om de resultaten voor te stellen door middel van een materialiteitsmatrix, die bovendien geen toegevoegde waarde zou bieden. Rapportage-eis ESRS SBM-3 vraagt overigens enkel dat Roularta Media Group de materiële impacten, risico's en kansen beschrijft.

Roularta Media Group beseft echter dat de DMA-oefening hiermee niet afgerond is voor de komende jaren. Hoewel dit model de huidige situatie juist weergeeft, vallen evoluties niet uit te sluiten in een snel veranderende wereld binnen en buiten de mediagroep. Daarom zullen de resultaten periodiek worden hertoetst aan de realiteit van het moment, in principe om de vijf jaar maar waar nodig sneller.

UIT DE DOOR ROULARTA MEDIA GROUP UITGEVOERDE DUBBELE MATERIALITEITSOEFENING, KWAMEN VOORLOPIG VOLGENDE MATERIËLE TOPICS OP HET GEBIED VAN DUURZAAMHEID NAAR BOVEN:



KLIMAAT

E1 Klimaatmitigatie
E1 Energie
E2 Luchtverontreiniging
E5 Afval

*Watergebruik en mariene
hulpbronnen**
*Watervervuiling**
*Materiaalinstromen**
*Verontreiniging van bodem**
*Gevaarlijke chemicaliën**
Biodiversiteit en ecosystemen



SOCIAAL

S1 Diversiteit
**S1 Aantrekken en behouden van
werknemers**
**S4 Toegang tot
kwaliteitsvolle informatie**
**S4 Onafhankelijke journalistiek &
verantwoorde content**
S4 Privacy

*Verantwoorde
marketingpraktijken**
*Gezondheid & veiligheid**



ENTITEITSPECIFIEK

**ES1 Brainprint & Community
Building**
**ES2 Digitale innovatie en
IT-betrouwbaarheid**

* Alleen materieel in de waardeketen

4.2.11. PRIORITEITBEPALING VOOR DE RAPPORTERING

Na het proces van de DMA en het bepalen van de relevante datapunten voor de activiteiten van Roularta Media Group werd ervoor gekozen om het verzamelen van de data met als doel de huidige rapportering in drie fasen of prioriteiten te laten verlopen.

In een eerste prioriteit ligt de focus op de verplichte standaarden die ook door de CSRD als de belangrijkste worden omschreven, namelijk de ESRS 2 (de overkoepelende materie voor elk bedrijf) aangevuld met de E1 (klimaat en energie) en de S1 (eigen personeel). De E1 en de S1 waren overigens de twee standaarden die in de eerste draft van de EFRAG nog als 'verplicht voor iedereen' werden aangeduid. Een verplichting die achteraf is weggefallen (maar waarbij het niet rapporteren van E1 wordt bemoeilijkt doordat de redenen voor niet-rapportering uitermate gegrond moeten zijn). Waar relevant wordt de info aangevuld met entiteitspecifieke informatie, net omdat Roularta Media Group van oordeel is dat dit uitermate belangrijke aspecten zijn van en voor haar business, zoals ook blijkt uit de resultaten van de DMA.

De tweede prioriteit omvat de overige geïmpecteerde aspecten of aspecten met impact: E2, E5 en S4, opnieuw aangevuld met entiteit-specifieke informatie waar relevant.

Tot slot wordt nog even ingegaan op de aspecten die eigen zijn aan de rest van de waardeketen, op een eerder kwalitatieve dan kwantitatieve manier.

Het vastleggen van deze prioriteiten heeft als doel de juiste aandacht te besteden aan de juiste zaken, en niet zomaar op dezelfde manier en even gedetailleerd op alles in te gaan.

4.3. ESRS: ALGEMENE TOELICHTINGEN

4.3.1. GRONDSLAG VOOR HET OPSTELLEN VAN INFORMATIE

4.3.1.1. BP 1: ALGEMENE GRONDSLAG VOOR HET OPSTELLEN VAN DE DUURZAAMHEIDSVKLAARING

Dit duurzaamheidsverslag is opgesteld op dezelfde basis als de financiële geconsolideerde rapportering. De bedrijven die deel uitmaken van de groep en die meegenomen worden onder de geconsolideerde financiële rapportering, zijn dezelfde bedrijven in de scope van de duurzaamheidsverklaring (zie ook 4.2.2).

De DMA-oefening vertrok bij de vijf primaire bedrijfsstromen van Roularta Media Group (uitgeverij, drukkerij, internet & media, televisie en evenementen en reizen). Bij aanvang werden bijgevolg vijf waardeketens opgesteld, die nadien samenkwamen in één geconsolideerde waardeketen.

Binnen de geconsolideerde waardeketen werden drie blokken geïdentificeerd:

- De upstream-waardeketen omvat zowel

directe als indirecte leveranciers

- De eigen operaties omvatten de 'geconsolideerde kring'
- De downstream-waardeketen omvat leveranciers (bv. transport & distributie) maar ook directe en waar relevant indirecte klanten (zowel B2B als B2C)

Bij de duurzaamheidsrapportering werd geen gebruik gemaakt van de optie om specifieke informatie-elementen die intellectuele eigendom, knowhow of het resultaat van innovatie zijn, weg te laten.

Wel werden niet alle interne richtlijnen en procedures gepubliceerd, omwille van diverse redenen, waaronder privacy. In andere gevallen werd een korte samenvatting van de relevante aspecten weergegeven.

4.3.1.2. BP 2: SPECIFIEKE OMSTANDIGHEDEN

4.3.1.2.1. TIJDSHORIZONTEN

De rapportageperiode voor het duurzaamheidsverslag is dezelfde als voor de financiële rapportering. Waar relevant werd een 'basisjaar' of 'referentiejaar' vermeld (bv. voor targets m.b.t. de uitstoot van broeikasgassen is 2021 het basisjaar).

De tijdspannes voor korte, middellange of lange termijn worden al dan niet vermeld in functie van relevantie.

4.3.1.2.2. SCHATTINGEN

Dit duurzaamheidsverslag bevat enkele interpretaties en onzekerheden die inherent zijn aan het rapportageproces:

- **Schattingen:** De belangrijkste onzekerheden situeren zich in zowel het upstream- als het downstreamgedeelte van de waardeketen met betrekking tot aspect E1, specifiek bij de berekening van broeikasgasemissies. Ondanks deze onzekerheden is de duurzaamheidsverklaring opgesteld en gepresenteerd in overeenstemming met de vereisten van de ESRS en de toepasselijke wetgeving
- **Aanvullende richtlijnen:** Een uitgebreider begrip van de vereisten wordt verwacht naarmate aanvullende implementatierichtlijnen of Q&A-documenten beschikbaar komen
- **Toekomstige verfijningen:** Schattingen zullen mogelijk in toekomstige rapportageperiodes worden aangescherpt naarmate relevantere gegevens beschikbaar komen
- **Interne controle:** De interne controlemechanismen rondom duurzaamheidsrapportage worden momenteel verder versterkt om de kwaliteit en betrouwbaarheid van de gegevens te verbeteren
- **Vergelijkende gegevens:** Naar verwachting zal de beschikbaarheid van vergelijkende gegevens na het eerste rapportagejaar de bruikbaarheid en waarde van de informatie vergroten
- **Materialiteitsbeoordeling:** Het materialiteitsbeoordelingsproces zal naar verwachting verder worden verfijnd in de komende jaren. Voor de financiële materialiteitsbeoordeling is een drempelwaarde gehanteerd op basis van

een percentage van de omzet om de omvang van de financiële impact te bepalen

- **Uitbreiding van informatie:** Naarmate het aantal rapporterende organisaties toeneemt en de rapportagepraktijken verder worden ontwikkeld, kan uitgebreidere en gedetailleerdere informatie over de waardeketen worden opgenomen

4.3.1.2.3. WIJZIGINGEN IN DE OPSTELLING OF DE PRESENTATIE VAN DUURZAAMHEIDSINFORMATIE

Gezien dit duurzaamheidsverslag het eerste verslag is conform de CSRD-richtlijnen, is er geen wijziging in de opstelling of presentatie van de duurzaamheidsinformatie. Echter, in de voorbije jaren publiceerde Roularta Media Group in het kader van de toen geldende NFRD wel degelijk informatie met betrekking tot duurzaamheid. Deze informatie omvatte eveneens een aantal targets, die niet gebaseerd waren op de ESG-onderwerpen maar op het SDG-model.

4.3.1.2.4. GEBRUIK VAN INFASERINGSBEPALINGEN

Een onderwerp dat op heden ter discussie staat (o.a. in Nederland), is de positie van de freelancers (of ZZP'ers – zelfstandigen zonder personeel). Ook in België maken mediabedrij-

ven frequent gebruik van freelancemedewerkers. In bepaalde gevallen zijn dit medewerkers die in hoofdberoep journalist zijn maar voor verschillende bedrijven stukken schrijven. In andere gevallen gaat het over mensen die in wezen een ander beroep hebben maar heel sporadisch een stukje schrijven voor een krant of een magazine. In nog andere gevallen zijn het mensen die in bijberoep lokaal nieuws verzamelen. En soms zijn het mensen die tijdelijk iemand vervangen of op dagbasis in de drukkerij prestaties leveren. Volgens de EFRAG zouden al deze categorieën van medewerkers tot het 'eigen personeel' moeten behoren, los van het feit of ze zelfstandig zijn, via een interimkantoor of gespecialiseerd bedrijf aangesteld zijn of als jobstudent werken. Ook de mate waarin ze prestaties leveren (fulltime gedurende drie maanden, twee dagen per week, één artikel per maand, ...), is vreemd genoeg niet van tel.

We noteren echter dat 'freelancer' geen wettelijk statuut is. De freelancer zal ofwel zelf 'zelfstandig' zijn en zelf factureren, ofwel zullen de prestaties door iemand anders worden gefactureerd. Bovendien wordt meestal een beroep gedaan op een freelancer omwille van een bepaalde expertise.

Daarnaast beschikt Roularta Media Group voor freelancers niet over dezelfde gegevens als voor haar eigen werknemers. Ze kan geen informatie rapporteren die ze niet heeft.

Om die reden wordt in dit duurzaamheidsverslag voor het boekjaar 2024 enkel rekening gehouden met de categorie werknemers zoals bepaald in sectie S1-6 (eigen werknemers met een arbeidsovereenkomst) en maakt Roularta Media Group

gebruik van de infaseringsmogelijkheid voor de werknemers zoals bepaald in sectie 1-7. Dit is belangrijk omdat S1 'eigen personeel', subthema 'diversiteit' als materie uit de dubbele materialiteitsoefening is gekomen.

Andere infaseringsclausules die Roularta Media Group inroept in dit verslag zijn:

• **E1-9 (klimaat):**

De onderneming kan de door ESRS E1-9 voorgeschreven informatie weglaten voor het eerste jaar dat zij haar duurzaamheidsverklaring opstelt. De onderneming kan aan ESRS E1-9 voldoen door, voor de eerste drie jaar dat zij haar duurzaamheidsverklaring opstelt, alleen kwalitatieve informatie te rapporteren indien het praktisch niet haalbaar is om kwantitatieve rapportage op te stellen.

• **E2-6 (verontreiniging):**

De onderneming kan de door ESRS E2-6 voorgeschreven informatie weglaten voor het eerste jaar dat zij haar duurzaamheidsverklaring opstelt. Afgezien van de door alinea 40(b) voorgeschreven informatie over de operationele uitgaven en kapitaaluitgaven die in de rapportageperiode hebben plaatsgevonden in samenhang met majeure incidenten en deposities, kan de onderneming aan ESRS E2-6 voldoen door, voor de eer-

ste drie jaar dat zij haar duurzaamheidsverklaring opstelt, alleen kwalitatieve informatie te rapporteren.

• **E5-6 (afval):**

De onderneming kan de door ESRS E5-6 voorgeschreven informatie weglaten voor het eerste jaar dat zij haar duurzaamheidsverklaring opstelt. De onderneming kan aan ESRS E5-6 voldoen door, voor de eerste drie jaar dat zij haar duurzaamheidsverklaring opstelt, alleen kwalitatieve informatie te rapporteren.

4.3.2. GOVERNANCE

4.3.2.1. GOV-1: DE ROL VAN DE BESTUURS-, LEIDINGGEVENDE EN TOEZICHTHOUDENDE ORGANEN

We verwijzen naar de verklaring inzake deugdelijk bestuur in het jaarverslag.

4.3.2.2. GOV-2: INFORMATIE VERSCHAFT AAN EN OMGANG MET DUURZAAMHEIDSTHEMA'S DOOR BESTUURS-, LEIDINGGEVENDE EN TOEZICHTHOUDENDE ORGANEN VAN DE ONDERNEMING

De Raad van Bestuur en het auditcomité hebben, onder andere, als taak om toezicht te houden op de inspanningen en de vorderingen van Roularta Media Group op vlak van duurzaamheid. In 2024 kwam daar ook nog expliciet de opvolging van het CSRD-traject bij. Om dit traject te kunnen opvolgen, werd voor elke bijeenkomst van de Raad van Bestuur en het auditcomité een stand van zaken opgemaakt die werd besproken met de aanwezige leden. De Raad van Bestuur volgt ook de risico's, impacten en opportuniteiten (IRO's) op. De betrokkenheid van de Raad van Bestuur en van

het management omtrent de IRO's komt doorheen het duurzaamheidsrapport verder aan bod. Op de vergaderingen van het Management Team (MT) is duurzaamheid een telkens terugkerend onderwerp dat afhankelijk van de focus een of ander thema belicht binnen het ESG-kader. Dat kan gaan over het wagenpark, PV-installaties, digitale innovatieprojecten, HR-aangelegenheden, folie versus papier, nutsvoorzieningen, ...

Daarnaast werden ook bijzondere overlegmomenten ingepland voor respectievelijk het auditcomité en de Raad van Bestuur. Voor het auditcomité was dit op 24 juni 2024 en lag de focus vooral op de DMA en het vervolg na de DMA. Voor de Raad van Bestuur was dit op 25 oktober 2024 en lag de focus vooral op de duurzaamheid in het algemeen, naast een paar specifieke onderwerpen zoals de SBTi, impacten en risico's, ...

Voor een overzicht van de materiele impacten, risico's en kansen waarop de bestuurs-, leidinggevende en toezichthoudende organen ageren, verwijzen we naar het hoofdstuk over DMA-analyse.

4.3.2.3. GOV-3: INTEGRATIE VAN DUURZAAMHEIDSPRESTATIES IN BELONINGSREGLINGEN

Voor 2025 wordt in de afspraken met het top management met betrekking tot het variabel deel van de verloning een materiële bijdrage tot het bereiken van de duurzaamheidstargets opgenomen.

Dat impliceert dat er een gemeenschappelijke verantwoordelijkheid is van het management

om de duurzaamheidstargets en KPI's die werden opgesteld in hoofdstuk 2 te behalen maar dat deze individueel kan verschillen volgens de mate van impact van de betrokken manager op de beoogde targets en kpi's.

Dit betekent ook dat de opvolging van de stand van zaken ten opzichte van deze targets ook worden opgenomen op het niveau van de management team meetings.

De beoordeling van het behalen van het resultaat door het management zal gebeuren door het Excom.

4.3.2.4. GOV-4: DUE DILIGENCEVERKLARING

Omwille van praktische redenen wordt het due diligence-proces opgedeeld in vijf stappen:

4.3.2.4.1. RISICO-IDENTIFICATIE

ESG-risico's die een mogelijke bedreiging vormen voor zowel het bedrijf als zijn stakeholders. Roularta Media Group staat voor deze risico's continu in contact met haar stakeholders. Denk bijvoorbeeld aan privacy en GDPR, met in dat kader de integratie van een opt-in-systeem (waarbij telkens de goedkeuring van de klant vereist is).

4.3.2.4.2. INTEGRATIE VAN DUE DILIGENCE IN POLICIES

Duurzaamheid is over de hele lijn een belangrijk begrip bij Roularta Media Group,

zowel binnen de strategie als qua beheer, management en uitvoering. De waarde 'One Team, One Family, One Planet' kreeg niet zomaar een centrale rol binnen de organisatie. Verder spreken de inspanningen die het bedrijf de voorbije jaren op diverse aspecten van duurzaamheid leverde voor zich. Denk maar aan de installatie van zonnepanelen, nieuwe ovens, paper wrap installaties, de grote groene omgeving rond de site in Roeselare, duurzame initiatieven voor het personeel en zeker ook de verbintenis om duurzaamheid te verkondigen en te promoten bij het brede publiek (zie ook 'Brainprint' – entiteitspecifieke informatie bij hoofdstuk S3).

4.3.2.4.3. IMPACTEVALUATIE

Bij de uitvoering van operationele activiteiten houdt Roularta Media Group in de mate van het mogelijke rekening met de impact op de mens en de omgeving. Daarbij liggen potentiële negatieve én potentiële positieve effecten in de weegschaal.

4.3.2.4.3. VERMIJDEN EN BEPERKEN VAN NEGATIEVE IMPACT

Op basis van de risicoanalyses en de impactevaluatie ontwikkelt Roularta Media Group procedures en actieplannen om potentiële negatieve effecten te vermijden of te beperken. Sommige procedures zijn het resultaat van wettelijke normen en verplichtingen, andere ontstaan uit eigen initiatief.

4.3.2.4.3. OPVOLGING EN EVALUATIE

Het spreekt voor zich dat opvolging en evaluatie op regelmatige tijdstippen cruciaal

is om de gemaakte progressie te meten en te beoordelen. In dat licht is dit duurzaamheidsverslag op zich een waardevolle bron van metrics voor alle aspecten die relevant zijn binnen de beleidsvoering van Roularta Media Group. Verder in dit verslag kan elke stakeholder zelf nagaan op welke manier de opvolging gebeurt en in welke richting het bedrijf evolueert.

4.3.2.5. GOV-5: RISICOBEBEERSING EN INTERNE CONTROLES

Procesomschrijving tot stand komen rapportering:

- Het CSRD-team is gestart met de identificatie van de data owners binnen Roularta Media Group, waarbij de data gaps voor de belangrijkste topics (E1 en S1) prioriteit kregen
- Het CSRD-team heeft diverse gesprekken gevoerd met de data owners om inzicht te krijgen in de datacaptatiesystemen en -verzamelingsmethoden (automatisch of manueel) die aangeboord moeten worden voor het duurzaamheidsverslag. Verder vond een eerste navraag naar de volledigheid van de data plaats
- De interne controlemechanismen van de belangrijkste datacaptatiesystemen (bv. CO₂-module) werden nagekeken en afgestemd op de CSRD-rapportagevereisten
- Er werd een SharePoint opgezet, met per topic toegang voor de data owners voor het opladen van informatie
- Via interne controles werden de data nagekeken op vlak van volledigheid, nauwkeurigheid en betrouwbaarheid

- Het CSRD-team ging na met welke frequentie de informatie aangeleverd kan worden. Momenteel is dat voor de meeste informatie eenmaal per jaar

Het CSRD-team identificeerde de volgende belangrijke risico's:

- De data owners zijn wijdverspreid over de volledige onderneming
- Voor bepaalde informatie zijn er zowel Belgische als Nederlandse data owners
- Er zijn diverse datacaptatiesystemen in gebruik
- Aangezien dit het eerste jaar van de CSRD-verplichting is, zijn de data owners nog niet bekend met de deadlines voor het opleveren van informatie

Het CSRD-team tekende de volgende strategie uit:

- Data met een reëel risico op fouten voornamelijk manuele data, zullen in de toekomst meermaals per jaar worden opgevraagd
- Er zal een IT-oplossing die data centraliseert, met input door de data owners en interne controles via de CSRD-verantwoordelijke, worden opgezet. In 2024 vonden reeds gesprekken plaats met verschillende leveranciers, maar de knoop qua partnerkeuze werd nog niet doorgehakt

Vanaf 2025 wordt een lijst bijgehouden met verbeterpunten voor het duurzaamheidsverslag. Deze lijst zal worden gedeeld

met het management, waarna de Raad van Bestuur op de hoogte wordt gebracht van eventuele noodzakelijke acties.

4.3.3. STRATEGIE

4.3.3.1. SBM-1: STRATEGIE, BUSINESSMODEL EN WAARDEKETEN

Roularta Media Group zet al meer dan twee decennia in op duurzaam en eco-efficiënt ondernemen, ambities die ingebed zijn in de missie, visie en waarden van het bedrijf en de slagzin 'One Team, One Family, One Planet'.

De vooropgestelde duurzaamheidsdoelen hebben raakvlakken met alle producten en diensten die Roularta Media Group aanbiedt en de markten die ze bedient.

Significante groepen producten en/of diensten:

- Publiciteit (SMA-sector*)
- Abonnementen en losse verkoop (TMC-sector*)
- Drukwerk voor derden (TMC-sector*)
- Line extensions (SST-sector*)

Significante groepen markten:

- Lokale mediamarkt
- Magazinemarkt
- Drukwerk voor derden, verkoop papier
- Krantenmarkt
- Audiovisuele markt

De werknemers van Roularta Media Group zijn verspreid over drie geografische gebieden, met de grootste aantallen in Nederland en België (zie ook hoofdstuk S1).

* SMA-sector of Marketing sector, TMC-sector of 'Media- and Communication' sector, SST-sector of 'Sales and Trade' sector.

Land	Aantal personeelsleden
België	1014
Nederland	254
Duitsland	8
	1276

De doelstellingen die verband houden met het klimaat zijn voornamelijk van toepassing op de drukkerij van Roularta Media Group. Deze objectieven impacteren de lokale mediamarkt, de magazinemarkt, de krantenmarkt en de markt van het drukwerk voor derden. De duurzaamheidsdoelstellingen uit het sociale luik raken dan weer vooral de werknemers en de magazines.

Er werd ook een doelstelling neergepend die zich specifiek richt op de leveranciers van Roularta Media Group, met als concrete actie daarbij de vraag om het aankoopcharter te ondertekenen.

Meer informatie over de waardeketen is te vinden in het hoofdstuk 4.2.5 over de DMA-analyse.

4.3.3.2. SBM-2: BELANGEN EN OPVATTINGEN VAN STAKEHOLDERS

Hoe interageert Roularta Media Group met haar stakeholders?

De tabel op volgende pagina geeft een overzicht van de verschillende categorieën stakeholders, de manier waarop Roularta Media Group met hen in dialoog gaat en

de beoogde doelstellingen. Het gaat om vijf categorieën:

- de klanten
- de werknemers
- de leveranciers
- de aandeelhouders en de financiële en wetgevende instanties
- de burens en de omgeving

Het spreekt voor zich dat de manier van interageren verschilt van categorie tot categorie, net als de ESG-aspecten die aan bod komen.

Waar de ESRS 1 twee categorieën stakeholders onderscheidt (geïmpacteerde stakeholders en zij die het duurzaamheidsverslag consulteren), is van die typologie geen sprake in dit hoofdstuk. De veronderstelling leeft immers dat de meeste stakeholders die impact kunnen ervaren ook het duurzaamheidsverslag kunnen consulteren.

Afhankelijk van het belang van de impact van (toepassing op) de stakeholder, worden er ook leidinggevende organen betrokken in de communicatie.

OVERZICHT VAN DE VERSCHILLENDE CATEGORIEËN STAKEHOLDERS

Klanten	• Contact via verkopers • Feedback klantendienst(en) • Evenementen voor klanten • Tevredenheidsenquêtes • Ad hoc feedback en reacties • Bedrijfsbezoeken • Uitwisseling informatie i.v.m. DMA-uitkomst	Deze contacten dienen vooral om te peilen naar de verwachtingen van en de prioritaire aspecten voor de klanten. De materiële topics van het duurzaamheidsverslag werden gevalideerd door de key B2B-klanten.
Werknemers	• Reflectiegesprekken • Evenementen en netwerking • Duurzaamheidsinitiatieven • Duurzaamheid-awards • Enquêtes • Informele one-to-one-gesprekken	Deze contacten dienen om te leren waar het bedrijf kan verbeteren, welke opleidingen ontbreken, welke initiatieven mogelijk zijn, hoe groot de betrokkenheid is en hoe tevreden de medewerkers zijn. We verwijzen naar het hoofdstuk S1-2 voor meer informatie.
Leveranciers	• Nauwe contacten met hun vertegenwoordigers • Bedrijfsbezoeken aan belangrijke leveranciers • Uitwisseling informatie i.v.m. DMA-uitkomst	Deze contacten dienen enerzijds om de samenwerking met de leveranciers te optimaliseren en anderzijds om hen duidelijk te maken wat de verwachtingen van Roularta zijn (bv. i.v.m. het duurzaam aankoopcharter). De materiële topics van het duurzaamheidsverslag werden gevalideerd door de sleutelleveranciers.
Financiële instellingen en aandeelhouders	• Meetings met financiële instellingen • Meetings met beursanalisten • Jaarvergadering voor aandeelhouders • Periodieke rapportering rond resultaten • Uitwisseling informatie i.v.m. DMA-uitkomst	Deze contacten dienen om de betrokkenen te informeren maar tegelijk ook een aantal duurzaamheidsaspecten (bv. rond investeringen in duurzaamheidsinitiatieven) te duiden. De materiële topics van het duurzaamheidsverslag werden gevalideerd door een financiële instelling.
Buren en omgeving	• Bedrijfsbezoeken • Overleg met burenen	Deze contacten dienen enerzijds om te communiceren naar de omgeving toe, zodat de burenen op een duidelijke en directe manier geïnformeerd zijn over de acties en de plannen, en anderzijds om te luisteren naar de bezorgdheden van de burenen, zodat die kunnen worden meegenomen in de besluitvorming.

4.3.3.3. SBM-3: MATERIËLE RISICO'S, IMPACTEN EN OPPORTUNITEITEN (IRO'S)

In overeenstemming met rapportage-eis SBM 3 rapporteert Roularta Media Group haar materiële impacten, risico's en kansen op basis van de materialiteitsanalyse.

De entiteitspecifieke onderwerpen worden als volgt gerapporteerd:

- Brainprint & Community Building: Zie S3 - getroffen gemeenschappen
- Digitale innovatie en IT-betrouwbaarheid: Zie S4 - consumenten en eindgebruikers

Governance werd niet materieel beschouwd in de waardeketen omwille van:

- het beperkt aantal landen waar Roularta Media Group opereert;
- directe leveranciers die voornamelijk Europees zijn gelokaliseerd; en
- het financieel risico op omkoping en fraude dat werd ingeschat, maar de materialiteitsdrempel niet overschreed.

Het onderwerp factchecking werd als entiteits specifiek weerhouden en na interne beraadslaging en overweging van input van belanghebbenden opgenomen onder S4.

De lijst omvat de ESG-referentie, de IRO, de tijdshorizont, de situering van de impact, het risico of de kans in de waardeketen en de omschrijving.

De omschrijving legt uit hoe de impact, de kans of het risico een invloed heeft op mens en maatschappij. De tijdshorizont vertelt

dan weer op welke tijdshorizont de impact, het risico of de kans betrekking heeft. Is dat op korte termijn (minder dan één jaar), middellange termijn (twee à vijf jaar) en/of lange termijn (vijf jaar of meer)?

Zoals uit de volgende tabel blijkt, hebben alle aspecten qua tijdshorizont als redelijke verwachting zowel de korte, de middellange als de lange termijn. Op basis van de gekende huidige situatie en informatie zullen de impacten dus nog zeker vijf jaar of langer actief zijn.

MATERIËLE ASPECTEN EN METRICS

Aspect	IRO (Impact, Risico, Opportuniteit)	Tijdshorizont	Toelichting tijdshorizont
E1 klimaatmitigatie	materieel negatief impact	korte , midden en lange termijn	De impact is op vandaag concreet aanwezig en dit is ook niet iets wat op korte termijn zal verdwijnen. Bovendien zijn we voor dit aspect in belangrijke mate afhankelijk van ontwikkelingen bij onze partners zowel upstream als downstream.
E1 klimaatmitigatie	opportuniteit	korte , midden en lange termijn	Mogelijkheid tot financiële voordelen kunnen zich zowel op de korte, midden of lange termijn voordoen. Momenteel wordt er in de wetgeving veel aandacht besteed aan duurzaamheid, wat op de lange termijn waarschijnlijk nog steeds zo zal zijn.
E1 klimaatmitigatie	risico	korte , midden en lange termijn	Momenteel is Roularta Media Group reeds bezig met investeringen in koolstofarme technologieën en wagenparken. De eventuele prijsstijgingen kunnen zich zowel op de korte termijn of de lange termijn voordoen.
E1 energie	materieel negatief impact	korte , midden en lange termijn	Ook hier opteren we voor zowel de korte, de middellange en de lange tijdshorizont. Op middellange termijn mikken we wel degelijk op een belangrijke vermindering van de negatieve impact voor electriciteit maar er is terzelfdertijd geen vooruitzicht op een volwaardig alternatief voor het gebruik van gas in de productie-omgeving.
E1 energie	opportuniteit	korte , midden en lange termijn	Mogelijkheid tot financiële voordelen kunnen zich zowel op de korte, midden of lange termijn voordoen.
E1 energie	risico	korte , midden en lange termijn	Momenteel is Roularta Media Group reeds bezig met investeringen in energie-efficiëntere apparatuur. De eventuele risico's kunnen zich zowel op de korte termijn of de lange termijn voordoen.
E2 luchtverontreiniging	materieel negatief impact	korte , midden en lange termijn	Aangezien dit aspect hoofdzakelijk gekoppeld is aan de productie zal dit uiteraard de Belgische en Europese normen volgen.
E2 watervervuiling	materieel negatief impact	korte , midden en lange termijn	We beschikken over onvoldoende informatie m.b.t. de upstream activiteiten om hier gefundeerde uitspraken te kunnen doen over de te verwachten tijdshorizont en hanteren daarom het voorzichtigheidsprincipe.
E2 verontreiniging van bodem	materieel negatief impact	korte , midden en lange termijn	We beschikken over onvoldoende informatie m.b.t. de upstream activiteiten om hier gefundeerde uitspraken te kunnen doen over de te verwachten tijdshorizont en hanteren daarom het voorzichtigheidsprincipe.
E2 gevaarlijke chemicaliën	materieel negatief impact	korte , midden en lange termijn	We beschikken over onvoldoende informatie m.b.t. de upstream activiteiten om hier gefundeerde uitspraken te kunnen doen over de te verwachten tijdshorizont en hanteren daarom het voorzichtigheidsprincipe.
E2 water-, en/of bodemverontreiniging & gevaarlijke chemicaliën	risico	korte , midden en lange termijn	Mogelijkheid tot financiële risico's kunnen zich zowel op de korte, midden of lange termijn voordoen. Momenteel wordt er in de wetgeving veel aandacht besteed aan duurzaamheid, wat op de lange termijn waarschijnlijk nog steeds zo zal zijn.

Waardeketen	Omschrijving
volledige waardeketen	Het bedrijf heeft een aanzienlijk uitstoot aan broeikasgassen over de volledige waardeketen en is afhankelijk van een aantal intensieve uitstoot sectoren vooral langs de upstream maar ook langs de downstream kant. Hoewel deze sectoren zelf ook belangrijk inspanningen leveren om hun uitstoot te verminderen hebben ze nog steeds een materiële impact op de klimaatverandering. Het bedrijf zelf doet eveneens belangrijke inspanningen om haar eigen uitstoot te verminderen maar ook dat is een proces dat loopt en waarbij de eigen uitstoot nog steeds significant is voor de klimaatverandering.
volledige waardeketen	Financiële voordelen voor de overheid: mogelijke subsidies voor koolstofarme gebouwen en apparatuur.
volledige waardeketen	• Hogere prijs van emissie-intensieve aangekochte producten en diensten (bv. vervoer, papier) door hogere en/of meer koolstofbelastingen en minder impact van directe koolstofbelastingen voor Roularta Media Group. • Investerings in koolstofarme technologieën en wagenparken."
eigen operatie / upstream	Het bedrijf heeft vooral in haar productieketen nood aan materialen die veel energie vergen. Voor het maken van papier is veel water nodig maar ook veel energie om pulp en papier te drogen. Ook de productieprocessen voor inkt en solventen is eveneens energie-intensief. Het bedrijf zelf verbruikt ook heel wat energie binnen het drukkerij proces. De aandrijving van de persen en afweringsmachines, het gasverbruik van de droogovens en de koelinstallatie zijn enkele voorbeelden van processen die op vandaag een belangrijk bron van energieverbruik uitmaken.
eigen operatie / upstream	Lagere bedrijfskosten dankzij verbeterde energie-efficiëntie.
eigen operatie / upstream	• Hogere energiekosten voor RMG. • Kosten in verband met investeringen in energie-efficiëntere apparatuur. • Operationele risico's zoals onderbrekingen in de toeleveringsketen. • Financiële risico's in verband met aangekochte goederen en diensten (bv. prijsstijging van papier, hogere transportkosten, ...).
eigen operatie / upstream	Een ander gevolg van de materialen die nodig zijn, is de mogelijke luchtvervuiling door het vrijkomen van gevaarlijke stoffen bij de productie van bijvoorbeeld aluminium platen, inkten en solventen. Bij het productieproces binnen het bedrijf zelf komen er eveneens gevaarlijke stoffen vrij.
upstream	Hierbij gaat het vooral om de papierindustrie. De papier- en pulpindustrie gebruikt nu eenmaal heel veel water met toegevoegde chemicaliën bij de productie van pulp en papier. Denk bijvoorbeeld aan het proces om papier te 'bleken' met bleekmiddel. Bij het lozen van het water kunnen dus schadelijke stoffen mee in het milieu komen.
upstream	Bij de productie van inkten en solventen maar ook petroleumproducten kunnen giftige stoffen in de grond terechtkomen. Opnieuw wordt hier vooral gekeken naar het upstream proces.
upstream	Hierbij verwijzen we opnieuw naar het gebruik van gevaarlijke stoffen, voornamelijk gebruikt voor de papierproductie maar eveneens voor de inkten. Ook bij de productie van machines en toestellen worden vaak - zij het in mindere mate - giftige of gevaarlijke (bij) producten gebruikt.
upstream	Extra kosten als gevolg van strengere wettelijke vereisten voor leveranciers die gedeeltelijk ten laste van RMG kunnen komen.

MATERIËLE ASPECTEN EN METRICS

Aspect	IRO (Impact, Risico, Opportuniteit)	Tijdshorizont	Toelichting tijdshorizont
E3 watergebruik en marine bronnen	materieel negatief impact	korte , midden en lange termijn	We beschikken over onvoldoende informatie m.b.t. de upstream activiteiten om hier gefundeerde uitspraken te kunnen doen over de te verwachten tijdshorizont en hanteren daarom het voorzichtigheidsprincipe.
E3 watergebruik en marine bronnen	risico	midden en lange termijn	We beschikken over onvoldoende informatie m.b.t. de upstream activiteiten om hier gefundeerde uitspraken te kunnen doen over de te verwachten tijdshorizont en hanteren daarom het voorzichtigheidsprincipe.
E4 biodiversiteit en ecosystemen	materieel negatief impact	korte , midden en lange termijn	We beschikken over onvoldoende informatie m.b.t. de upstream activiteiten om hier gefundeerde uitspraken te kunnen doen over de te verwachten tijdshorizont en hanteren daarom het voorzichtigheidsprincipe.
E5 materiaalinstromen	materieel negatief impact	korte , midden en lange termijn	We beschikken over onvoldoende informatie m.b.t. de upstream activiteiten om hier gefundeerde uitspraken te kunnen doen over de te verwachten tijdshorizont en hanteren daarom het voorzichtigheidsprincipe.
E5 materiaalinstromen	opportuniteit	korte , midden en lange termijn	We beschikken over onvoldoende informatie m.b.t. de downstream activiteiten om hier gefundeerde uitspraken te kunnen doen over de te verwachten tijdshorizont en hanteren daarom het voorzichtigheidsprincipe.
E5 materiaalinstromen	risico	korte , midden en lange termijn	We beschikken over onvoldoende informatie m.b.t. de upstream activiteiten om hier gefundeerde uitspraken te kunnen doen over de te verwachten tijdshorizont en hanteren daarom het voorzichtigheidsprincipe.
E5 afval	materieel negatief impact	korte, midden en lange termijn	Dit aspect is in belangrijke mate gekoppeld aan de productie en het is vandaag niet mogelijk om uitspraken te doen over de lange termijn en daarom hanteren we ook hier het voorzichtigheidsprincipe.
E5 afval	risico	korte, midden en lange termijn	Dit aspect is in belangrijke mate gekoppeld aan de productie en het is vandaag niet mogelijk om uitspraken te doen over de lange termijn en daarom hanteren we ook hier het voorzichtigheidsprincipe.
S1 diversiteit	materieel positief impact	korte, midden en lange termijn	Het is uiteraard de bedoeling dat dit aspect een positieve impact heeft en ook in de toekomst zal blijven hebben.
S1 aantrekken en behouden van werknemers	potentieel positieve impact	korte, midden en lange termijn	We hopen eigenlijk dat dit over korte tot middellange termijn gaat maar niemand weet op dit ogenblik hoelang de 'war for talent' zal blijven duren. Bovendien zijn er, gezien de snel toenemende vergrijzing van de bevolking, op vandaag ook geen indicatoren die dit tegenspreken.
S1 aantrekken en behouden van werknemers	risico	korte, midden en lange termijn	We hopen eigenlijk dat dit over korte tot middellange termijn gaat maar niemand weet op dit ogenblik hoelang de 'war for talent' zal blijven duren. Bovendien zijn er, gezien de snel toenemende vergrijzing van de bevolking, op vandaag ook geen indicatoren die dit tegenspreken.

Waardeketen	Omschrijving
upstream	Het betreft hier vooral het gebruik van grote hoeveelheden water. Dit kan zowel zijn voor de aanmaak van bv staal voor de machinebouw maar opnieuw vooral bij de papierfabrikanten die grote hoeveelheden water nodig hebben in de 3 productiestadia (het maken van de pulp, het processen van de pulp, het maken van het papier - of karton).
upstream	• Waterstress en -schaarste in de toeleveringsketen kunnen de prijs van gekochte goederen verhogen. • Waterstress en -schaarste in de toeleveringsketen kunnen verstoringen veroorzaken in de papierbevoorrading, met gevolgen voor het productieproces en de inkomsten.
upstream	Aangezien de drukkerij een groot volume aan papier nodig heeft wordt hierbij ook gekeken wat de mogelijke ecologische impact hiervan is. Bij de DMA oefening werd dit aspect als materieel beschouwd omdat we het bruto risico bekijken los van de maatregelen die de papierleveranciers nemen om dit risico te beperken en die verder in dit rapport aan bod komen.
upstream	Upstream materieel negatief op basis van alle grondstoffen die nodig zijn voor de bedrijfsvoering en de industriële bedrijfsprocessen. We denken aan hout, aluminium, ijzererts, petroleumderivaten, ... maar er is downstream een potentieel positieve impact voor wat betreft het hout omwille van het feit dat een belangrijk deel van het papier gerecycleerd kan worden wat een positieve impact kan hebben op het volume aan 'nieuw' papier.
downstream	"Toepassing van circulaire economiepraktijken. Downstream een opportuniteit voor wat betreft het hout omwille van het feit dat een belangrijk deel van het papier gerecycleerd kan worden wat een positieve impact kan hebben op het volume aan 'nieuw' papier. "
upstream	Grondstoffenschaarste bij leveranciers kan leiden tot verstoringen in het productieproces en financiële verliezen.
eigen operatie	Het bedrijf heeft een aanzienlijk volume aan 'afval' waardoor dit aspect zeker als materieel dient te worden beschouwd. Opnieuw er wordt uitgegaan van de bruto impact los van alle maatregelen die hierbij genomen worden en die verder in het rapport aan bod komen.
eigen operatie	• Onjuiste verwijdering van afvalproducten en verpakkingsmaterialen die leidt tot juridische sancties. • Schade aan de merkreputatie van RMG als gevolg van controverses bij eigen bedrijven."
eigen operatie	Gelijke rechten voor iedereen ongeacht gender, afkomst, religie, geaardheid, enz... draagt bij tot een verrijking van de eigen werknemers. De juiste persoon voor de juiste job is cruciaal voor een onderneming waar respect voor iedereen centraal staat.
eigen operatie	De juiste medewerkers op de juiste plaats en de correcte appreciatie voor die medewerkers moet ervoor zorgen dat de medewerkers zich goed voelt binnen het bedrijf.
eigen operatie	Het niet kunnen invullen van vacatures heeft een financiële impact door omzetverlies, omdat het aannemen, opleiden en compenseren van nieuwe medewerkers geld kost.

MATERIËLE ASPECTEN EN METRICS

Aspect	IRO (Impact, Risico, Opportuniteit)	Tijdshorizont	Toelichting tijdshorizont
S2 gezondheid en veiligheid	materieel negatief impact	korte , midden en lange termijn	We beschikken over onvoldoende informatie m.b.t. de upstream activiteiten om hier gefundeerde uitspraken te kunnen doen over de te verwachten tijdshorizont en hanteren daarom het voorzichtigheidsprincipe.
S4 toegang tot kwaliteitsvolle informatie	materieel positief impact	korte , midden en lange termijn	We beschikken over onvoldoende informatie m.b.t. de upstream activiteiten om hier gefundeerde uitspraken te kunnen doen over de te verwachten tijdshorizont en hanteren daarom het voorzichtigheidsprincipe.
S4 privacy	materieel negatief impact	korte , midden en lange termijn	De GDPR wetgeving enerzijds en de beveiliging van onze data anderzijds is niet iets wat van korte of lange termijn is. Dat is een bezorgheid van nu maar ook van straks en later.
S4 privacy	risico	korte , midden en lange termijn	Een datalek kan zich zowel op de korte, midden of lange termijn voordoen.
S4 onafhankelijke journalistiek en verantwoorde content	materiaal positief impact	korte , midden en lange termijn	Aangezien dit een positief aspect betreft gaan we er graag van uit dat dit positief effect nog heel lang zal blijven duren.
S4 onafhankelijke journalistiek en verantwoorde content	opportuniteit	korte , midden en lange termijn	Aangezien dit een positief aspect betreft gaan we er graag van uit dat dit positief effect nog heel lang zal blijven duren.
S4 verantwoorde marketingpraktijken	materieel negatief impact	korte , midden en lange termijn	We beschikken over onvoldoende informatie m.b.t. de downstream activiteiten om hier gefundeerde uitspraken te kunnen doen over de te verwachten tijdshorizont en hanteren daarom het voorzichtigheidsprincipe.
S4 verantwoorde marketingpraktijken	opportuniteit	korte , midden en lange termijn	We beschikken over onvoldoende informatie m.b.t. de downstream activiteiten om hier gefundeerde uitspraken te kunnen doen over de te verwachten tijdshorizont en hanteren daarom het voorzichtigheidsprincipe.
S4 verantwoorde marketingpraktijken	risico	korte , midden en lange termijn	We beschikken over onvoldoende informatie m.b.t. de downstream activiteiten om hier gefundeerde uitspraken te kunnen doen over de te verwachten tijdshorizont en hanteren daarom het voorzichtigheidsprincipe.
ES1 brainprint en community building	materiaal positief impact	korte , midden en lange termijn	Een basisbetrachting van Roularta Media Group is duurzaamheid te promoten bij al haar lezers, lezeressen, kijkers, surfers, luisteraars, enz... en dit zowel op korte als op lange termijn.
ES1 brainprint en community building	opportuniteit	korte , midden en lange termijn	Aangezien dit een positief aspect betreft gaan we er graag van uit dat dit positief effect nog heel lang zal blijven duren.
ES2 digitale innovatie en IT betrouwbaarheid	risico	korte , midden en lange termijn	Digitale innovatie is een begrip dat op vandaag heel actueel is en dat op middellange termijn zeker ook een belangrijke impact zal hebben. We weten op vandaag niet wat dit op lange termijn zal geven en daarom ook hier het voorzichtigheidsprincipe.
ES2 digitale innovatie en IT betrouwbaarheid	risico	korte , midden en lange termijn	Digitale innovatie is een begrip dat op vandaag heel actueel is en dat op middellange termijn zeker ook een belangrijke impact zal hebben. We weten op vandaag niet wat dit op lange termijn zal geven en daarom ook hier het voorzichtigheidsprincipe.

* Leveranciers zullen zich voornamelijk in het upstream-segment bevinden maar er zijn ook leveranciers in het downstream-segment.

Waardeketen	Omschrijving
upstream en leveranciers	Over de waardeketen beschouwd, zijn er heel wat risico's m.b.t. gezondheid en veiligheid. Dit is het gevolg van enerzijds de productieomgeving en de grondstoffen die daarvoor nodig zijn en anderzijds van het transport en de logistiek. Soms kan een nieuw proces of initiatief tegelijk voordelen en nadelen bieden. Zo zal het recycleren van oud papier (stockeren, ophalen, verwerken, ...) op zich een potentieel positieve impact hebben op het gebruik van grondstoffen maar een extra risico opleveren voor de mensen die die taken uitvoeren.
downstream	Het bedrijf streeft ernaar om kwalitatieve informatie naar buiten te brengen zodat elke stakeholder op basis van deze informatie de juiste beslissingen kan nemen
eigen operatie en downstream	Het bedrijf beschikt over een groot volume aan informatie van personeelsleden en klanten. Deze informatie wordt met de grootste zorgvuldigheid behandeld. Een incident op dit gebied zou ingrijpende gevolgen kunnen hebben voor de privacy van de betrokkene(n).
eigen operatie	Een datalek kan financiële gevolgen hebben in de vorm van schadevergoedingen die de hackers vragen, boetes, schadevergoedingen, kosten om de gegevensbeveiliging te verbeteren, enz.
eigen operatie	Het bedrijf wil een positieve impact hebben op alle stakeholders en de maatschappij. Het verspreiden van verantwoorde content d.m.v. onafhankelijke journalistiek is hierbij primordiaal. Items die hierbij aan bod komen zijn: onafhankelijkheid, vrij, pluralistisch, ethisch, transparant, relevant, correct, respectvol, ...
eigen operatie	Inhoud is een van de belangrijkste onderwerpen in de tijdschriften- en krantensector waarmee lezers en adverteerders worden geworven en behouden, het kan worden beschouwd als de belangrijkste motor van de omzet.
downstream	De verantwoorde marketing als negatieve impact ligt downstream bij de klanten-adverteerders omwille van het feit dat zij wel degelijk misleidende informatie kunnen verspreiden. Het bedrijf kan wel een aantal zaken controleren en superviseren maar vaak ligt de inhoudelijke impact buiten het bereik van die controle.
downstream	Klantenwerving en - behoud.
downstream	De financiële impact kan worden veroorzaakt door het verlies van klanten of een negatieve impact op een bepaald merk door het verlies van het vertrouwen van de klant.
eigen operatie	Naast de brainprint is er ook het bouwen aan gemeenschappen en netwerken. Roularta Media Group creëert hiermee een omgeving van sociale inclusie.
eigen operatie	Het opbouwen van netwerken en gemeenschappen kan een belangrijke financiële impact hebben omdat het kan leiden tot extra omzet (nieuwe klanten door mond-tot-mondreclame, klanten die overstappen naar andere RMG-merken, betere voorwaarden van leveranciers, enz.)
eigen operatie	Digitale media vormt een belangrijke afzetmarkt voor RMG. Gebrek aan digitale innovatie kan leiden tot inkomstenverlies omdat het een belangrijk middel is om nieuwe lezers/kijkers aan te trekken.
eigen operatie	Grotere verstoringen van IT-systemen kunnen leiden tot inkomstenverlies in verband met reclame-inkomsten en verlies van vertrouwen bij klanten.

4.3.3.4. MDR-P: POLICIES MET BETREKKING TOT DE MATERIËLE TOPICS

Aspect	Subaspect	Polities	Waardeketen
E1 Klimaatverandering	Klimaatmitigatie	Klimaatplan	eigen operatie / waardeketen
E1 Klimaatverandering	Energie	Energieverklaring iso 50001	eigen operatie
E2 Verontreiniging	Luchtverontreiniging	Emissiebeleid / duurzaam aankoopcharter	eigen operatie / waardeketen
E2 Verontreiniging	Waternvervuiling	Duurzaam aankoopcharter	waardeketen
E2 Verontreiniging	Verontreiniging van bodem	Duurzaam aankoopcharter	waardeketen
E2 Verontreiniging	Gevaarlijke chemicaliën	Duurzaam aankoopcharter	waardeketen
E3 Water en marine hulpbronnen	Watergebruik en marine bronnen	Duurzaam aankoopcharter	waardeketen
E4 Biodiversiteit en ecosystemen	Biodiversiteit en ecosystemen	Duurzaam aankoopcharter	waardeketen
E5 Materiaalgebruik en circulaire economie	Afval	3R: Reduce, Reuse & Recycle/ duurzaam aankoopcharter	eigen operatie / waardeketen
S1 Eigen personeel	Diversiteit	Vertrouwenpersonen	eigen operatie
S1 Eigen personeel	Diversiteit	Klokkenluidersprocedure	eigen operatie
S1 Eigen personeel	Diversiteit	Beleid Happie principes	eigen operatie
S1 Eigen personeel	Aantrekken en behouden van werknemers	Beleid Happie principes	eigen operatie
S2 Werknemers in de waardeketen	Gezondheid en veiligheid	Duurzaam aankoopcharter	waardeketen

Aspect	Subaspect	Policies	Waardeketen
S3 Getroffen gemeenschappen	ES1 brainprint en community building	Roularta Cares Charter	eigen operatie
S4 Eindgebruikers & Consumenten	Toegang tot kwaliteitvolle informatie	Ethische code van journalistiek	eigen operatie
S4 Eindgebruikers & Consumenten	Privacy	Privacy policy	eigen operatie / downstream
S4 Eindgebruikers & Consumenten	Privacy	Informatieveiligheidsbeleid	eigen operatie
S4 Eindgebruikers & Consumenten	Verantwoorde content en onafhankelijke journalistiek	Ethische code van journalistiek	eigen operatie
S4 Eindgebruikers & Consumenten	Verantwoorde content en onafhankelijke journalistiek	Factcheck policy	eigen operatie
S4 Eindgebruikers & Consumenten	ES2 digitale innovatie en IT betrouwbaarheid	Secure Development Lifecycle policy	eigen operatie
S4 Eindgebruikers & Consumenten	Verantwoorde marketingpraktijken	Richtlijnen JEP	downstream

4.3.3.5. MDR-T: OVERZICHT TARGETS EN KPI'S (ZIE HOOFDSTUK 2)

4.3.3.6. LINK TUSSEN MATERIËLE ASPECTEN EN METRICS

Aspect	Subaspect	Metrics	Waardeketen
E1 Klimaatverandering	Klimaatmitigatie	Broeikasgas uitstoot in absolute waarde ton CO ₂ -emissies + intensiteitswaarde	eigen operatie / waardeketen
E1 Klimaatverandering	Energie	Totale elektriciteitsverbruik in MWh	eigen operatie
E1 Klimaatverandering	Energie	Totaal gasverbruik in MWh	eigen operatie
E1 Klimaatverandering	Energie	Energie intensiteitsratio (gas+elek/omzet)	eigen operatie
E1 Klimaatverandering	Klimaatmitigatie	CO ₂ -emissie nieuwe wagens	eigen operatie
E1 Klimaatverandering	Klimaatmitigatie	Verhouding aantal voertuigen met elektrische aandrijving vs voertuigen met verbrandingsmotor	eigen operatie
E1 Klimaatverandering	Klimaatmitigatie	Onderverdeling emissies wagenpark emissies verbruikte diesel, emissies verbruikte benzine, emissies EV	eigen operatie
E1 Klimaatverandering	Klimaatmitigatie	EUR investeringen die broeikasgassen naar beneden doet dalen	eigen operatie
E1 Klimaatverandering	Energie	Investering aantal zonnepanelen	eigen operatie
E2 Verontreiniging	Luchtverontreiniging	De totale emissie tov inktverbruik	eigen operatie
E2 Verontreiniging	Luchtverontreiniging	% leveranciers die het duurzaam aankoopcharter ondertekende	waardeketen
E2 Verontreiniging	Waternvervuiling	% leveranciers die het duurzaam aankoopcharter ondertekende	waardeketen
E2 Verontreiniging	Gevaarlijke chemicaliën/ Verontreiniging van bodem	% leveranciers die het duurzaam aankoopcharter ondertekende	waardeketen
E3 Water en marine hulpbronnen	Watergebruik en marine bronnen	% leveranciers die het duurzaam aankoopcharter ondertekende	waardeketen
E4 Biodiversiteit en ecosystemen	Biodiversiteit en ecosystemen	% leveranciers die het duurzaam aankoopcharter ondertekende	waardeketen
E5 Materiaalgebruik en circulaire economie	Afval	Certificaten PEFC of FSC voor papier eigen titels	eigen operatie

Aspect	Subaspect	Metrics	Waardeketen
E5 Materiaalgebruik en circulaire economie	Afval	Certificaten Blue Angel voor inkt	eigen operatie
E5 Materiaalgebruik en circulaire economie	Afval	% van papier aangekocht bij leveranciers die SBTi certified zijn	eigen operatie
E5 Materiaalgebruik en circulaire economie	Afval	% van inkt aangekocht bij leveranciers die SBTi certified zijn	eigen operatie
E5 Materiaalgebruik en circulaire economie	Afval	Ton afval rechtstreeks & niet-rechtstreeks gerelateerd aan productieproces alsook % op totaliteit	eigen operatie
E5 Materiaalgebruik en circulaire economie	Afval	Ton gevaarlijk & niet gevaarlijk afval alsook % op totaliteit	eigen operatie
E5 Materiaalgebruik en circulaire economie	Afval	Ton & % recycle	eigen operatie
E5 Materiaalgebruik en circulaire economie	Afval	% gerecycleerd papier	eigen operatie
E5 Materiaalgebruik en circulaire economie	Afval	% leveranciers die het duurzaam aankoopcharter ondertekende	waardeketen
S1 Eigen personeel	Diversiteit	Gender leden RvB	eigen operatie
S1 Eigen personeel	Diversiteit	Aantal fun@work sessies	eigen operatie
S1 Eigen personeel	Aantrekken en behouden van werknemers	Tevredenheidsscore over onboarding in BE	eigen operatie
S1 Eigen personeel	Aantrekken en behouden van werknemers	Aantal uren opleiding	eigen operatie
S1 Eigen personeel	Diversiteit / Aantrekken en behouden van werknemers	Aantal personeelsleden in dienst na aanwerving van 1,2 en 3 jaar	eigen operatie
S1 Eigen personeel	Diversiteit / Aantrekken en behouden van werknemers	Tevredenheidsscore medewerkerstevredenheidsenquête	eigen operatie
S1 Eigen personeel	Diversiteit	Aantal personeelsleden per gender	eigen operatie
S1 Eigen personeel	Diversiteit	Aantal personeelsleden per land	eigen operatie

Aspect	Subaspect	Metrics	Waardeketen
S1 Eigen personeel	Diversiteit	Aantal personeelsleden naar contractduur	eigen operatie
S1 Eigen personeel	Diversiteit	Personeelsverloop	eigen operatie
S1 Eigen personeel	Diversiteit	Genderverdeling op niveau van hoger management	eigen operatie
S1 Eigen personeel	Diversiteit	Aantal personeelsleden per leeftijdsgroep	eigen operatie
S1 Eigen personeel	Diversiteit	Aantal psychosociale interventies	eigen operatie
S2 Werknemers in de waardeketen	Gezondheid en veiligheid	% leveranciers die het duurzaam aankoopcharter ondertekende	waardeketen
S4 Consumenten & Eindgebruikers	Privacy	Aantal niet-opgeloste klachten ouder dan 2 maand	eigen operatie / downstream
S4 Consumenten & Eindgebruikers	Toegang tot kwaliteitsvolle informatie / Onafhankelijke journalistiek & verantwoorde content	Aantal gepubliceerde factchecks	eigen operatie
S4 Consumenten & Eindgebruikers	Toegang tot kwaliteitsvolle informatie / Onafhankelijke journalistiek & verantwoorde content	Aantal niet-opgeloste klachten ouder dan 2 maand	eigen operatie
S4 Consumenten & Eindgebruikers	Verantwoorde marketingpraktijken	Aantal niet-opgeloste klachten ouder dan 2 maand	downstream
S3 Getroffen gemeenschappen	ES1 brainprint en community building	"Aantal duurzame artikels Aantal activiteiten tot duurzaamheid"	eigen operatie

4.3.4. IMPACT, RISICO EN KANSENMANAGEMENT

4.3.4.1. IRO-1: BESCHRIJVING VAN DE PROCESSEN OM MATERIËLE IMPACTEN, RISICO'S EN KANSEN IN KAART TE BRENGEN EN TE ANALYSEREN

In 2023 werd beslist om een dubbele materialiteitsanalyse uit te voeren met het oog op het identificeren en het catalogeren van de materiële impacten, de risico's en de kansen.

Een gedetailleerde beschrijving van dit proces is te vinden in hoofdstuk 4.2.

Voor deze dubbele materialiteitsanalyse werden diverse invalshoeken gehanteerd:

- In de eerste plaats werd gebruikt gemaakt van de lijst van alle ESG-aspecten die staan opgeleijst in Appendix A van ESRS 1
- Daarnaast werd ook rekening gehouden met de risico's die de voorbije jaren uit de risicoanalyses van Roularta Media Group kwamen
- Een belangrijk perspectief volgt uit het SDG-traject (met meer specifiek de vier focus-SDG's, zie ook hoofdstuk 1) dat de voorbije jaren werd opgezet en evolueerde tot een belangrijke graadmeter van de duurzaamheidsinspanningen van Roularta Media Group

Op basis van deze invalshoeken, en na intensieve besprekingen met interne experts en externe stakeholders, werden aspecten geïdentificeerd die als materieel kunnen worden beschouwd. De materialiteit zelf werd overigens bepaald via een scoremodel, om individuele willekeur te vermijden.

Voor zowel de impactmaterialiteit als de financiële materialiteit werden drempels bepaald om te garanderen dat de juiste aandacht naar de juiste aspecten zou gaan.

Significante wijzigingen werden op een continue basis opgevolgd en geëvalueerd om te bepalen of deze een materiële impact hadden op de analyse van, of op reeds geanalyseerde, impacts, risico's en kansen. Dit proces garandeerde dat nieuwe risico's, opportuniteiten en/of impacten tijdig worden geïdentificeerd en geïntegreerd in het bestaande kader, zodat de analyse steeds up-to-date en relevant blijft.

We verwijzen naar GOV-4 Due diligence-verklaring voor meer informatie rond het due diligence proces.

4.4. EU TAXONOMIE

In het Klimaatakkoord van Parijs afgesloten in 2015 beloofden 200 landen gezamenlijk te streven naar de beëindiging van de opwarming van de aarde.

De Europese Unie (EU) zet zich als doel om uiterlijk in 2050 klimaatneutraal te zijn.

Om deze doelstelling te realiseren, introduceerde de EU in maart 2018 het actieplan voor financiering van duurzame groei als onderdeel van de Europese 'Green Deal' voor vergroening van de Europese economie. Een cruciale stap bij het verwezenlijken van deze doelen is de invoe-

ring van een uniform classificatiesysteem voor duurzame economische activiteiten, hierna 'EU-taxonomie' genoemd.

De EU-taxonomie 2020/852 beoordeelt de duurzaamheid van economische activiteiten op basis van objectieve criteria. Deze criteria werden in een raadplegingsproces door technische deskundigen vastgesteld. Daarbij is overeenstemming bereikt over zes milieudoelstellingen:

- mitigatie van klimaatverandering;
- aanpassing aan de klimaatverandering;
- duurzaam gebruik en bescherming van water en mariene hulpbronnen;
- overgang naar een circulaire economie;
- voorkoming en bestrijding van verontreiniging;
- bescherming en herstel van biodiversiteit en ecosystemen.

Om als duurzaam te worden beschouwd, moet een economische activiteit een significante bijdrage leveren aan deze klimaat/milieudoelstellingen en mag zij *geen ernstige afbreuk doen* (GEAD) aan andere doelstellingen. Bovendien moet aan een aantal minimumgaranties worden voldaan.

Artikel 8, lid 2, van Verordening 2020/852 verplicht ondernemingen informatie te rapporteren over het aandeel van hun omzet, kapitaaluitgaven en operationele uitgaven ('kritische prestatieindicatoren' – KPI's) van hun activiteiten die verband houden met activa of processen die verband houden met ecologisch duurzame economische activiteiten. Net zoals in voorgaande jaren, heeft Roularta in 2024 in lijn met de EU-taxonomieregelgeving (meer bepaald de Gedelegeerde Verordening Klimaat 2021/2139, de Verordening van 27 juni 2023 [2023/2485] tot wijziging van de Gedelegeerde

Verordening Klimaat en Gedelegeerde Verordening Milieu 2023/2486) haar activiteiten onder de loep genomen en op basis van een screening van de NACE-codes geoordeeld dat slechts een beperkt deel van haar activiteiten en meer bepaald de exploitatie van haar businesszender Kanaal Z/Canal Z geïdentificeerd kan worden als een activiteit die in aanmerking komt voor de omzet KPI binnen de taxonomie en meer bepaald als een economische activiteit die substantieel kan bijdragen aan de adaptatie aan klimaatverandering (= de tweede milieudoelstelling).

Kanaal Z/Canal Z levert als unieke businesszender in Vlaanderen, Wallonië en Brussel aan zijn kijkers een aanbod van gespecialiseerd en gevarieerd nieuws over business, economie en geld. Deze activiteit met NACE-code 60 wordt onder Bijlage II, punt 8.3 opgenomen in de Gedelegeerde Verordening 2021/2139 van de commissie van 4 juni 2021.

Voor het jaar 2024 worden in lijn met de verslaggeving over voorgaande boekjaren volgende prestatie-indicatoren inzake omzet, kapitaaluitgaven (capex) en operationele uitgaven (opex) gerapporteerd. De voor taxonomie in aanmerking komende omzet is gelieerd aan de exploitatie van de businesszender Kanaal Z/Canal Z.

De gedelegeerde taxonomieverordening van juli 2021 (Annex I 1.1.2) vermeldt drie categorieën van capex- en opex-uitgaven voor de rapportering van voor de taxonomie in aanmerking komende/afgestemde uitgaven:

- (a) uitgaven met betrekking tot activiteiten die rechtstreeks bijdragen aan het genereren van omzet;

- (b) het maakt deel uit van een plan om de op de taxonomie afgestemde economische activiteiten uit te breiden of om voor de taxonomie in aanmerking komende economische activiteiten af te stemmen op de taxonomie ('capex-plan');
- (c) het houdt verband met de output van op de taxonomie afgestemde economische activiteiten en met individuele maatregelen waarmee de doelactiviteiten koolstofarm kunnen worden of die tot reducties van broeikasgasemissies kunnen leiden.

In 2023 werden er geen specifieke noemenswaardige capex/opex-uitgaven geïdentificeerd voor onze in aanmerking komende activiteit (Programmerings- en omroepactiviteiten – categorie a), noch heeft de Groep op vandaag formele capex-plannen (categorie b).

Binnen Roularta werden er in 2023 enkel voor taxonomie in aanmerking komende capex- en opex-uitgaven geïdentificeerd volgens categorie c, dewelke als volgt opgeleijst kunnen worden:

- aankoop van elektrische wagens (economische activiteit opgenomen onder Annex I van de Klimaat Gedelegeerde Verordening onder 6.5 *vervoer met motorfietsen, personenauto's en lichte bedrijfsvoertuigen*);
- uitgaven verricht in het kader van energie-efficiëntie (economische activiteit opgenomen onder Annex I van de Klimaat Gedelegeerde Verordening onder 7.3 *Installatie,*

onderhoud en reparatie van energie-efficiënte uitrusting);

- installatie van elektrische oplaadstations voor elektrische wagens (economische activiteit opgenomen onder Annex I van de Klimaat Gedelegeerde Verordening onder 7.4 *Installatie, onderhoud en reparatie van oplaadstations voor elektrische voertuigen in gebouwen (en parkeerplaatsen verbonden aan gebouwen)*);
- aankoop en installatie van zonnepanelen (economische activiteit opgenomen onder Annex I van de Klimaat Gedelegeerde Verordening onder 7.6 *Installatie, onderhoud en reparatie van technologieën op het gebied van hernieuwbare energie*).

Deze investeringen (in capex en opex) dragen alle bij aan de EU-taxonomiedoelstelling inzake klimaatbescherming.

De activiteiten van Kanaal Z/Canal Z beantwoorden op vandaag nog niet (volledig) aan de technische screeningscriteria opgelegd in de Gedelegeerde Verordening. Hierdoor komen per eind 2024 de activiteiten van Kanaal Z/ Canal Z weliswaar voor taxonomie in aanmerking, maar zijn zij op vandaag nog niet op taxonomie afgestemd. In het kader van de CSRDrichtlijn, wordt er door de Groep een stappenplan uitgewerkt om in de toekomst te gaan beantwoorden aan de technische screeningscriteria.

Net zoals in 2023 hebben wij voor 2024 geen specifieke noemenswaardige capex/opexuitgaven geïdentificeerd voor onze in aanmerking komende activiteit (Programmerings- en omroepactiviteiten – categorie a), noch heeft de Groep op vandaag formele capexplannen (categorie b).

We hebben voor 2024 enkel voor taxonomie in aanmerking komende capex- en opex-uitgaven geïdentificeerd volgens categorie c, dewelke als volgt opgelijst kunnen worden:

- aankoop van elektrische wagens (economische activiteit opgenomen onder Annex I van de Klimaat Gedelegeerde Verordening onder 6.5 *vervoer met motorfietsen, personenauto's en lichte bedrijfsvoertuigen*);
- uitgaven verricht in het kader van energie-efficiëntie (economische activiteit opgenomen onder Annex I van de Klimaat Gedelegeerde Verordening onder 7.3 *Installatie, onderhoud en reparatie van energie-efficiënte uitrusting*);
- installatie van elektrische oplaadstations voor elektrische wagens (economische activiteit opgenomen onder Annex I van de Klimaat Gedelegeerde Verordening onder 7.4 *Installatie, onderhoud en reparatie van oplaadstations voor elektrische voertuigen in gebouwen (en parkeerplaatsen verbonden aan gebouwen)*).
- vergoeding betaald voor de huur van zonnepanelen, die geïnstalleerd werden op de daken van de gebouwen gelegen te Roeselare en Brussel (economische activiteit opgenomen onder Annex I van de Klimaat Gedelegeerde Verordening onder 7.6 *Installatie, onderhoud en reparatie van technologieën op*

het gebied van hernieuwbare energie).

De daling van de KPI van de voor taxonomie in aanmerking komende capex in 2024 is gevolg van de investering in 2023 in de aankoop van nieuwe state-of-the-art eco-efficiënte droogovens voor de drie Manroland-magazinepersen die in 2024 niet herhaald werd.

We hebben geen formele bevestiging i.v.m. de mogelijke taxonomieafstemming van deze output van onze leveranciers, noch van de individuele maatregelen. We kunnen dus niet besluiten dat capex- en opex-uitgaven op taxonomie afgestemd zijn. Deze uitgaven worden dan ook in de annexes vermelde tabellen* (opgesteld volgens Bijlage II van de Gedelegeerde Verordening 2021/2178 – templates voor KPI's niet-financiële ondernemingen) opgenomen als uitgaven als zijnde 'in aanmerking komend, maar niet duurzaam'.

Roularta zal in de loop van 2025 de nodige acties ondernemen om ook voor de capex- en opex-uitgaven waar mogelijk te zorgen voor de nodige taxonomieafstemming.

Roularta zal de verdere ontwikkelingen inzake de Europese wetgeving inzake taxonomie verder strikt blijven monitoren en evalueren.

*Raadpleeg de bijlage achteraan voor de bijbehorende tabellen en definities van de KPI's.

KPI OMZET★

TOTALE OMZET IN K EURO

2024	2023
320.307	323.526

2024: 0% | 2023: 0%

Op taxonomie afgestemde omzet

2024: 1,5% | 2023: 1,5%

Voor taxonomie in aanmerking komende omzet

2024: 98,5% | 2023: 98,5%

Niet voor taxonomie in aanmerking komende omzet

KPI CAPEX★

TOTALE CAPEX IN K EURO

2024	2023
19.166	22.811

2024: 0% | 2023: 0%

Op taxonomie afgestemde capex

2024: 25,6% | 2023: 27,9%

Voor taxonomie in aanmerking komende capex

2024: 74,4% | 2023: 72,1%

Niet voor taxonomie in aanmerking komende capex

KPI OPEX★

TOTALE OPEX IN K EURO

2024	2023
6.872	9.256

2024: 0% | 2023: 0%

Op taxonomie afgestemde opex

2024: 0,9% | 2023: 0,8%

Voor taxonomie in aanmerking komende opex

2024: 99,1% | 2023: 99,2%

Niet voor taxonomie in aanmerking komende opex

ESG

Een CSRD-rapport is klassiek opgebouwd volgens de bouwstenen
E = Environmental, S = Social en G = Governance.

Een structuur die ook Roularta Media Group volgt, al geven
we meteen mee dat vooral E en S zullen opvallen.

Niet omdat er geen aandacht is voor Governance, wel omdat dit niet
materieel werd beschouwd in de dubbele materialiteitsoefening.





5. E = ENVIRONMENTAL

5.1 TOELICHTING EN RAPPORTERING M.B.T. MILIEU E1 – KLIMAAT- VERANDERING

In dit hoofdstuk komen voornamelijk de diverse klimaatgerelateerde aspecten aan bod. Aangezien deze aspecten in de ogen van het publiek het nauwst aansluiten bij de term 'duurzaamheid', verbaast het niet dat ze in wat volgt veel aandacht krijgen.

5.1.1. GOV-3: INTEGRATIE VAN DUURZAAMHEIDSPRESTATIES IN BELONINGSREGELINGEN

In 2024 werden geen klimaatoverwegingen meegenomen in de verloning van de leidinggevenden of bestuurders, noch in de vaste vergoeding, noch in de variabele vergoeding.

Voor 2025 wordt in de afspraken met het top management met betrekking tot het variabel deel van de verloning een bijdrage tot het bereiken van de duurzaamheidstargets opgenomen. (zie ook hoofdstuk 4.3.2.3)

5.1.2. E1-1: TRANSITIEPLAN VOOR KLIMAATMITIGATIE

Roularta Media Group is een engagement aangegaan in het kader van het Akkoord van

Parijs en het streven om de opwarming van de aarde in te perken. Reeds in 2021 sprak ze haar ambities uit wat betreft CO₂-uitstoot: klimaatneutraal voor scope 1- en scope 2-emissies tegen 2040 en voor scope 3-emissies tegen 2050.

Om die ambities om te zetten in SMART-doelstellingen startte Roularta Media Group met het meten van haar CO₂-voetafdruk. Daarvoor werd in eerste instantie een samenwerking met ClimateCalc opgezet, omdat al snel duidelijk was dat de impact van de drukkerij-activiteiten in de breedste zin van het woord (upstream en downstream) een belangrijk deel zou uitmaken van die oefening. Bovendien was (en is) ClimateCalc dé referentie op vlak van CO₂-berekeningen binnen de drukkerij-sector.

In tweede instantie was er nood aan een tool om de geconsolideerde uitstoot te bepalen. Tapio bleek het best te beantwoorden aan de noden.

Op basis van de berekeningen van ClimateCalc en Tapio en rekening houdend met de uitgevoerde en geplande acties om de CO₂-uitstoot te verminderen, werd een transitieplan opgesteld dat Roularta Media Group effectief in staat moet stellen om haar klimaatambities te realiseren. Dit plan werd besproken met en binnen het Sustainability Committee

(Susco) en werd tevens goedgekeurd. Meer details omtrent de concrete doelstellingen zijn te vinden in hoofdstuk 5.1.7.

Ook werd beslist om in 2025 te onderzoeken of het opportuun is om in dit verhaal het SBTi-traject op te starten.

Onderstaande decarbonisatiehelfbomen werden geïdentificeerd:

5.1.2.1. SCOPES 1 EN 2

5.1.2.1.1. DRUKKERIJ-ACTIVITEITEN

Een belangrijke scope 1-activiteit binnen de drukkerij-omgeving is het 'heatset'-drukken. Daarbij worden de drukwerken gedroogd in met gas gevoede ovens. In 2023 en 2024 werden de ovens van de vier magazinedrukpersen vervangen door nieuwe, zuinigere Contiweb-ovens, wat een belangrijk effect heeft op het volume aan gasverbruik, zonder dit evenwel volledig te elimineren.

De verwachting was dat de impact van deze investering ten volle zou beginnen renderen in 2024 met een aanzienlijke vermindering van het gasverbruik. (zie ook verder bij de bespreking van de scope 1 resultaten onder hoofdstuk 5.1.9.1.1)

Op dit ogenblik is er nog geen zicht op een bruikbaar alternatief voor

het gasverbruik, al biedt de piste van waterstofgas mogelijk wel perspectieven. Qua broeikasgasuitstoot is dit een interessante piste (gezien het restproduct water is), maar de vraagstukken rond de aanlevering en de prijszetting zullen in de toekomst uitmaken of dit effectief een haalbaar alternatief is.

5.1.2.1.2. BUREELRUIMTE

Het verminderen van bureelruimte heeft een rechtstreekse impact op het gasverbruik. De verwarming wordt zoveel mogelijk ingevuld met de warmte die vrijkomt tijdens het droogproces van de magazinepersen, maar moet in bepaalde omstandigheden worden aangevuld met extra gasverwarming.

5.1.2.1.3. RENOVATIE

In 2024 ging Roularta Media Group verder met de renovatie van de gebouwen, inclusief isolatie en ledverlichting. Ook die ingrepen hadden een rechtstreeks effect op het gas- en elektriciteitsverbruik.

5.1.2.1.4. GROENE ELEKTRICITEIT

Tot op heden maakt Roularta Media Group geen gebruik van groene elektriciteit. Energie-efficiëntie is daarom het eerste focuspunt in het energieplan, met het type energie op plaats twee.

De PV-installatie waarover Roularta Media Group vandaag beschikt (228 KWp in BMC en 220 KWp in Roeselare) is goed voor slechts een fractie van het totale energieverbruik. Echter werd in 2024 een vergunning bekomen voor een uitbreiding met 2.000 KWp in Roeselare. Deze investering staat voorlopig on hold in afwachting van een

nieuw VEKA (Vlaams Energie- en klimaatagentschap) advies.

5.1.2.1.5. ELEKTRIFICATIE VAN HET WAGENPARK

De elektrificatie van het wagenpark resulteert in een toename aan scope 3-emissies, maar daartegenover wordt een aanzienlijk positieve impact op de scope 1-emissies verwacht. (zie ook verder bij de bespreking van de scope 1 resultaten onder hoofdstuk 5.1.9.1.1)

5.1.2.1.6. ENERGIE-EFFICIËNTIE

In 2019 haalde Roularta Media Group het ISO 50001-certificaat voor haar inspanningen inzake energie-efficiëntie. Dit certificaat werd tot op heden elk jaar opnieuw verlengd omdat het bedrijf keer op keer voldeed aan de steeds hogere eisen.

5.1.2.2. SCOPE 3

5.1.2.2.1. PAPIERLEVERANCIERS

De belangrijkste bron van upstream scope 3-uitstoot is terug te vinden bij de trouwe en milieubewuste papierleveranciers. In 2024 is papier nog steeds goed voor bijna 40% van de totale CO₂-uitstoot van Roularta Media Group. Het goede nieuws is dat het overgrote deel van het verbruikte papier afkomstig is van leveranciers die onderworpen zijn aan de CSRD en bovendien SBTi-gecertificeerd zijn. De garanties dat deze partijen een gefundeerd plan hebben om klimaatneutraal te worden tegen 2050, zijn kortom aanwezig. Hun inspanningen zijn bovendien voelbaar (o.a. via een verbeterende EF).

5.1.2.2.2. MACHINEPARK

Een tweede hefboom is het machinepark. Het moderniseren van het machinepark (nieuwe drukpersen en ovens) heeft een positieve impact op scopes 1 en 2 maar ook een tijdelijke negatieve impact op scope 3. Het bouwen van deze machines ging immers gepaard met een uitstoot van broeikasgassen, voornamelijk CO₂.

5.1.2.2.3. TRANSPORT

Een derde niet onbelangrijke hefboom is het transport van enerzijds de aangevoerde grondstoffen naar de Roularta Media Group-sites en anderzijds de afgewerkte producten naar de klanten.

5.1.2.2.4. WOON-WERKVERKEER

Het woon-werkverkeer van de eigen medewerkers is een vierde punt in scope 3.

5.1.3. SBM-3: MATERIËLE IMPACTEN, RISICO'S EN KANSSEN EN DE WISSELWERKING DAARVAN MET STRATEGIE EN BUSINESSMODEL

De impact van Roularta Media Group op het klimaat werd als materieel en negatief beoordeeld, voor de korte, de middellange en de lange termijn en over alle scopes heen. Dat is te wijten aan het gebruik van energie.

Verder in dit rapport wordt daar uitvoerig en gedetailleerd op ingegaan. Het volstaat op dit punt om te melden dat de analyse de volgende belangrijke categorieën opleverde:

- Scope 1: stationaire verbranding (of de verbranding van gas) voor de droogovens van de drukkerij (bijna 75%) en voor de verwarming van de gebouwen

- Scope 2: het verbruik van elektriciteit, waarvan meer dan 60% voor de drukkerij en de rest voor de burelen, de voertuigen, ...
- Scope 3: het gros van de totale uitstoot van broeikasgassen, en dan vooral upstream, en meer bepaald bij de papierleveranciers (de productie en het transport van het papier zijn goed voor meer dan 50% van het totaal en voor bijna 60% van de totale scope 3 uitstoot).

Het GHG Protocol verdeelt de scope 3-emissies in upstream en downstream en classificeert ze volgens vijftien categorieën. Niet elke categorie is relevant voor Roularta Media Group, maar het is zinvol om hier toch de belangrijkste mee te geven:

- o 3.1 - aankoop van goederen en diensten (upstream): aankoop van papier, inkt, bureelbenodigdheden, marketinggoederen en diensten, ...
- o 3.2 - kapitaalgoederen (upstream): aankoop van de machines, ...
- o 3.3 - brandstoffen (niet in scope 1 en scope 2)
- o 3.4 - transport en distributie (upstream): transport van papier voor drukkerij, ...
- o 3.5 - (productie)afval
- o 3.6 - personenvervoer: zakenreizen, professionele verplaatsingen, ...
- o 3.7 - woon-werkverkeer: de uit-

stoot van broeikasgassen ten gevolge van verplaatsingen van medewerkers van en naar het werk

- o 3.8 - geleasede activa (upstream)
- o 3.9 - transport en distributie (downstream)
- o 3.10 - verwerken of bewerken van verkochte producten
- o 3.11 - gebruik van verkochte producten
- o 3.12 - end of life van verkochte producten
- o 3.13 - geleasede activa (downstream)
- o 3.14 - franchisehouders
- o 3.15 - investeringen

5.1.3.1. RISICO'S

Op basis van een eerste evaluatie werden een aantal klimaatgerelateerde risico's geïdentificeerd die mogelijk een materiële impact zouden kunnen hebben op Roularta Media Group. De belangrijkste risico's waren/zijn:

- Extreme weercondities (bv. langdurig aanhoudende hitte en droogte of overvloedige regen) die kunnen leiden tot disrupties in de aanlevering, de productie en/of het transport van goederen (voornamelijk grondstoffen) maar tevens negatieve gevolgen inhouden voor mens en materiaal (inclusief gebouwen)
- Het niet halen van de klimaattransitiedoelstellingen, met als resultaat een negatieve impact op het imago van het bedrijf en eventueel financiële gevolgen in de vorm van extra taksen, bijkomende investeringen, hogere intresten op kapitaal door negatieve rating van banken, ...

In de DMA-oefening werd bij het luik 'financiële impact' in belangrijke mate naar dit aspect gekeken omdat elk negatief effect ook een

rechtstreeks financieel gevolg heeft of kan hebben. Dat uit zich in meerdere vormen, van potentieel omzetverlies tot extra, onvoorziene en buitensporige kosten of investeringen.

Zoals gemeld in hoofdstuk 4.1.2 heeft Roularta Media Group tot op heden nog geen concrete veerkracht- en scenario analyse uitgevoerd of laten uitvoeren maar dit is wel voorzien in 2025. Dit neemt overigens niet weg dat klimaatontwikkelingen en de potentiële bijhorende risico's voortdurend en nauwlettend worden opgevolgd.

5.1.4. ESRS 2 IRO-1: BESCHRIJVING VAN DE PROCESSEN OM MATERIËLE KLIMAATIMPACTEN, -RISICO'S EN -KANSEN IN KAART TE BRENGEN EN TE ANALYSEREN

Aansluitend op de initiële DMA (zie hoofdstuk 4.2) werd volgend proces gevolgd voor de detectie van de materiële IRO's:

1. Analyse van de broeikasgas-voetafdruk van Roularta Media Group in haar geheel en van de drukkerij-activiteiten in detail
2. Screening van de scope 3-emissiecategorieën volgens het GHG-protocol
3. Inventaris van de scope 1-, scope 2- en scope 3-emissies die als materieel worden beschouwd
4. Verzamelen van informatie, zowel upstream als downstream en via veelvuldige contacten met leveranciers en klanten, om zo in kaart te brengen welke mogelijke klimaatrisico's en impacten zij zien en welke antwoorden mogelijk zijn
5. Een continu proces van opvolging van veranderende wetgeving en regelgeving,

zowel via interne kanalen als via gespecialiseerde externe bedrijven die Roularta Media Group hierbij ondersteunen (bv. Antea)

Een overzicht van de meest relevante IRO's die geleid hebben tot de identificatie van de materiële aspecten kan geconsulteerd worden onder hoofdstuk 4.3.3.3.

5.1.5. E1-2: BELEID TEN AANZIEN VAN KLIMAATMITIGATIE

Roularta Media Group erkent haar verantwoordelijkheid in de strijd tegen de klimaatverandering en focust daarbij op enerzijds haar 'footprint' maar anderzijds ook op haar 'brainprint' (hoofdstuk 6.2). Dat impliceert dat de inspanningen die Roularta Media Group wil leveren ten aanzien van de klimaatmitigatie zich niet enkel richten naar concrete operationele acties maar dat tegelijk er ook wordt gestreefd naar het stimuleren van een grotere bewustwording zowel bij de interne medewerkers als bij het brede publiek en meer specifiek bij de klanten.

Deze erkenning van de verantwoordelijkheid blijkt reeds uit de missie van Roularta Media Group waarbij het aspect 'duurzame meerwaarde' een centrale rol speelt in de bedrijfsvoering:

Als multimediabedrijf creëert en verspreidt Roularta Media Group kwaliteitsvolle, onafhankelijke en relevante content voor het brede publiek en voor specifieke doelgroepen. Daaraan koppelt zij geavanceerde marketing en reclameplatformen voor haar partners. Roularta Media Group wil een duurzame meerwaarde scheppen voor al haar stakeholders en voor de hele samenleving.

Dit wordt nog versterkt binnen de organisatie door de 'waarden' van Roularta Media Group waarbij de derde waarde expliciet verwijst naar duurzaamheid:

Streef naar duurzame waarde, vernieuwing en groei.

Voegen we daar nog aan toe dat Roularta Media Group expliciet gekozen heeft voor SDG 13 (**Neem dringend actie om klimaatverandering en haar impact te bestrijden**) als één van de 4 duurzaamheidspiepunten.

Dit klimaatbeleid uit zich, onder andere, in de ambitie om CO₂-neutraal te zijn voor scope 1 en 2 tegen 2040 en voor scope 3 tegen 2050 waar een aantal concrete doelstellingen en targets tegenover staan.

Dit beleid uit zich daarnaast ook in diverse initiatieven met betrekking tot duurzaamheid waaronder het energiebeheer en CO₂-beperking, duurzame productie, monitoring van afval en emissies, bewustwording en opvolging, welzijn en diversiteit, enz...

Met dit beleid wil Roularta Media Group belangrijke stappen zetten naar een betere toekomst. Daarbij wordt voortdurend gezocht naar innovatie, oplossingen en verbeteringen intern maar tegelijk ook samen met partners naar creatieve antwoorden op de duurzame uitdagingen die nog voor ons liggen.

Om dit beleid in goede banen te leiden werd in 2021 reeds het Sustainability Committee (Susco) opgericht onder leiding van de CEO. Initieel werd dit comité opgericht om de praktische uitwerking van de ambities en de doelstellingen te vertalen naar targets en kpi's en om deze ook te implementeren en op te volgen. Het was snel duidelijk dat het Susco een structureel onderdeel werd van het beleid. Het Susco komt op vandaag nog steeds om de twee maanden samen en bestaat uit elf medewerkers uit verschillende afdelingen en geledingen. Gezien de diversiteit van de topics, inclusief de entiteitspecifieke items zoals de brainprint, is het logisch dat in het Susco onder andere de directeur HR, de directeur van de drukkerij en de uitgever van alle Belgische magazine merken zetelen naast de COO en de CFO en naast medewerkers uit de regie, marketing en corporate communication.

Binnen het klimaatbeleid is sinds jaar en dag bijzondere aandacht voor het efficiënt gebruik en verbruik van energie en is er bijgevolg ook een specifieke energiebeleidsnota conform de ISO 50001-specificaties. De eindverantwoordelijkheid voor deze nota ligt bij de CEO en de voorzitter van de Raad van Bestuur die de nota ondertekenen voor publicatie. Ook voor de ISO 50001 is er een afzonderlijk comité met vijf leden onder voorzit-

terschap van de directeur van de drukkerij die periodiek samenkomen om te overleggen omtrent doelstellingen, targets, opvolging, rapportering en communicatie. Hoewel deze ISO 50001 energiebeleidsnota zich in de eerste plaats richt op energie-efficiëntie en niet op klimaatmitigatie, moet gezegd worden dat het aspect energie-efficiëntie meestal ook leidt tot klimaatgunstige initiatieven. Dat is bijvoorbeeld het geval bij de geplaatste Contiweb-droogovens. Deze droogovens zorgen namelijk niet alleen voor een sterke verbetering van de efficiëntie door een sterke vermindering van het gasverbruik, maar hebben met dat verlaagd volume gas tegelijk een positieve impact op de scope 1-emissies.

De communicatie met de stakeholders intern gebeurt via verschillende platformen zoals het personeelsmagazine "Happie" waar periodiek gerapporteerd wordt over diverse aspecten van de duurzaamheidsinspanningen én via de Roularta Media Group "catch up" sessies onder de vorm van webinars die geregeld plaatsvinden over diverse onderwerpen waar de medewerkers ook vragen kunnen stellen. Om iedereen de gelegenheid te geven ook achteraf nog een catch up sessie te volgen of te herbekijken zijn deze ook allemaal beschikbaar via het internet.

De communicatie met de stakeholders extern gebeurt voornamelijk via persmededelingen en artikels maar ook via persoonlijke contacten en bedrijfsbezoeken.

Roularta Media Group zet reeds verschillende jaren in op CO₂-vermindering. Tot 2024 ontbrak evenwel een uitgeschreven transitieplan. Dat werd in 2024 volledig uitgewerkt.

Daarnaast vraagt Roularta Media Group aan haar leveranciers om het duurzaam aankoopcharter te ondertekenen en wordt bij de aankoopprocedure rekening gehouden met de inspanningen die de leveranciers leveren om de ecologische voetafdruk te verlagen. Dit sluit tevens aan bij de keuze om in te zetten op SDG 12, waarbij Roularta Media Group dus ook haar verwachtingen jegens leveranciers concretiseert.

Ook is er sinds 2021 het engagement om in te zetten op een vermindering van de CO₂-uitstoot tegen 2040 voor scope 1 en scope 2 en tegen 2050 voor scope 3. De reden voor deze opdeling tussen 2040 en 2050 schuilt in het feit dat de scope 3-uitstoot zich volledig buiten de operationele activiteiten van het bedrijf bevindt (enkel upstream en downstream).

Tot slot is er de ambitie van Roularta Media Group om te onderzoeken in welke mate het opportuun is om het SBTi-traject in 2025 op te starten.

5.1.6. E1-3: MAATREGELEN EN MIDDELEN WAT BETREFT BELEID TEN AANZIEN VAN KLIMAATVERANDERING

Om de finale ambities te realiseren, heeft Roularta Media Group een aantal maatregelen voorzien.

1. Transitieplan

In 2024 werd er een klimaat- of transitieplan opgesteld, het resultaat van overleg met en binnen het Sustainable Committee (Susco). Dit transitieplan, dat vorig jaar werd goedgekeurd, vormt de leidraad voor de klimaatinspanningen die nodig zijn om de langetermijndoelstellingen te behalen.

Om de finale ambities te realiseren, heeft Roularta Media Group een aantal maatregelen voorzien.

Om praktische redenen wordt er gewerkt met termijndoelstellingen van telkens vijf jaar en zijn de inspanningen nu vooral gericht op 2030. Met de vele ontwikkelingen in deze snel veranderende wereld in het achterhoofd, zal Roularta Media Group dit plan jaarlijks herevalueren en waar nodig bijsturen.

2. Scope 1-uitstoot

De voorbije jaren werden reeds inspanningen geleverd om de uitstoot door gasverbranding van de droogovens met meer dan 40% te reduceren. De investering in de nieuwe droogovens alleen is goed voor een verbetering van meer dan 25%. Hoewel het voor 'heatset'-drukkerijen om een sectorgebonden uitdaging gaat, blijft het echter de ambitie om deze uitstoot volledig te neutraliseren. Een klimaatvriendelijk alternatief vinden en toepassen lijkt daarbij het aangewezen pad. Daarom worden de technologische evoluties, waaronder de verdere ontwikkeling en het gebruik van waterstofgas, nauwlettend gevolgd.

3. Scope 2-uitstoot

Hierbij gaat het om de uitstoot als gevolg van de aangekochte elektriciteit. Op dat vlak kan een

grote stap worden gezet via een belangrijke uitbreiding van het zonnepanelenpark, van 448 KWp naar 2.448 KWp binnen een periode van twee jaar. Die extra 2.000 KWp zou moeten leiden tot een verhoging van het aandeel van de PV-installatie in het elektriciteitsverbruik landen tot ongeveer 11% à 12%.

Een belangrijke voorwaarde hierbij is dat er ook effectief een aanpassing komt aan de wetgeving omtrent de verplichting tot het plaatsen van zonnepanelen waarbij het niet langer verplicht zou zijn om de zonnepanelen op het dak te plaatsen. Hoewel de Vlaamse regering deze (en andere) versoepelingen reeds heeft aangekondigd, moeten de wijzigingen nog officieel worden opgenomen. In de komende maanden wordt verwacht dat de Vlaamse minister van Wonen, Energie en Klimaat, Toerisme en Jeugd, deze intenties zal vertalen in een ontwerpbesluit om dit door te kunnen voeren in het Energiebesluit. Pas daarna zal de Vlaamse Regering dit definitief kunnen goedkeuren en kan er gekeken worden naar de praktische uitvoering van de installatie.

Daarnaast wordt ook verder gekeken naar het vergroenen van de aangeleverde elektriciteit, via de ontwikkelingen bij de energieleve-

ranciers maar ook door nog over de mogelijkheid te beschikken om ten gepaste tijde volledig over te schakelen op groene stroom.

4. Scope 3-uitstoot

In scope 3 speelt vooral de uitstoot van de leveranciers, met in de eerste plaats die van de drukkerij. Daarnaast zijn nog een aantal specifieke scope 3-categorieën van tel, zoals woon-werkverkeer en downstream-transport.

Voor de leveranciers van papier en inkt werden geen extra maatregelen voorzien naast het ondertekenen van het duurzaam aankoopcharter. Niet alle grote papier- en inktleveranciers hebben dat ondertekend, maar deze bedrijven zijn natuurlijk allemaal CSRD-plichtig én SBTi-gecertificeerd. Dat is en blijft de beste garantie om de scope 3-doelstellingen na te streven.

5. Het transitieplan in de organisatie

Het potentieel succes van het transitieplan is in grote mate afhankelijk van de haalbaarheid van de doelstellingen. Het is daarom belangrijk dat binnen de organisatie over alle activiteiten heen de klimaatdoelstellingen een belangrijke plaats in nemen. Niet alleen wordt het aspect duurzaamheid expliciet meegenomen in de missie van Roularta Media Group of verwijst één van de vijf waarden van het bedrijf naar duurzaamheid maar het onderwerp 'klimaat' wordt op alle mogelijke manieren kenbaar en zichtbaar gemaakt van in de 'happie' (het bedrijfsrestaurant) tot in de drukkerij. Weliswaar onder de noemer 'SDG 13: klimaatactie'. Met webinars, artikels in het personeelsmagazine, met posters en affiches, met intensieve communicatie zet Roularta Media Group alles op alles om al haar medewerkers te sensibiliseren en te enthousiasmeren voor minder CO₂-uitstoot.

6. Veerkracht en scenario analyse

Zoals reeds gemeld voorziet Roularta Media Group in 2025 een veerkracht- en scenario analyse oefening met het oog op het in kaart brengen van potentiële bijkomende risico's en hoe deze uitdagingen aan te pakken. Een niet onbelangrijke 'waarde' die Roularta Media Group hanteert is: "Beschouw elke uitdaging als een opportuniteit". Dit impliceert dat het bedrijf er van uitgaat dat elke uitdaging ook opportuniteiten biedt en daarom ook deze oefening ten gronde wil doen.

In de eerste plaats zal moeten opgelijst worden waar binnen de organisatie de risico gevoelige 'gebieden' zich bevinden.

- Infrastructuur (drukkerij / IT)

- Producten en diensten (print / digitaal / audiovisueel)
- Klanten en consumenten (verwachtingspatronen)
- Regelgeving
- ...

Elk van deze 'gebieden' moet vervolgens afgetoetst worden tegen fysieke risico's zoals bijvoorbeeld:

- Sterk veranderende weersomstandigheden met potentieel nefaste gevolgen (hittegolven, stormen, overstromingen die kunnen leiden tot...)
- Grondstoffen en energie voorzieningen (beschikbaarheid, transport)
- ...

Maar ook tegen andere risico's zoals bijvoorbeeld veranderingen in de markt, gedrag van de klanten, evoluties bij leveranciers, ...

En dan moeten voor elke 'combinatie' scenario's van gradaties opgesteld worden zodat er een matrix ontstaat die Roularta Media Group in staat moet stellen na te gaan welke maatregelen in welke situatie kunnen genomen worden teneinde de veerkracht te verhogen.

Dit zal opnieuw in samenspraak moeten gebeuren met interne en externe stakeholders.

Het eindresultaat is idealiter een stappenplan met mogelijks bijkomende KPI's en targets en nieuwe ideeën maar wellicht ook met een aantal openstaande 'risico's' waar geen pasklaar (en haalbaar) antwoord voor is.

Tot op heden is Roularta Media Group er altijd in geslaagd om voldoende veerkrachtig te zijn en werden reeds heel veel scenario's overwonnen. Denk maar aan Covid-19 en alle bijhorende uitdagingen maar deze klimaat veerkracht en scenario analyse zal zeker een belangrijke toegevoegde waarde bieden voor het succesvol behalen van de klimaatdoelstellingen.

7. SBTi

Zoals reeds aangegeven zal Roularta Media Group in 2025 onderzoeken of het SBTi-certificeringstraject een interessante piste kan zijn. Roularta Media Group staat erop in deze een goed gedocumenteerde en vastberaden keuze te maken.

Naast deze specifieke acties heeft Roularta Media Group nog een aantal andere maatregelen getroffen met het oog op klimaatmitigatie. Deze focussen in de eerste plaats op de operationele continuïteit van de business. Dat gebeurt vanuit een IT-standpunt, omdat veel operationele processen afhankelijk zijn van de beschikbaarheid van IT-systemen. In dat licht moeten een reeks preventieve en correctieve maatregelen de impact van extreme klimaatschommelingen (bv. hittegolven of overvloedige regenval) op de systemen voorkomen en beperken. Het gaat dan om maatregelen als koeling, ontdubbeling, cloud-oplossingen en pompen onder de verhoogde vloeren. Verder kan ook de mogelijkheid om een

groot aantal medewerkers te laten thuiswerken, in eerste instantie ingegeven door de ambitie om voldoende aandacht te besteden aan ieders werkomstandigheden, bijdragen aan het waarborgen van de continuïteit in de context van een klimaatramp.

Tot slot zijn er de decarbonisatiehefbomen (zie ook hoofdstuk 5.1.2), die heel specifiek gericht zijn op het aspect van decarbonisatie, die de nood aan klimaatadaptatie uiteraard kan inperken.

5.1.6.1. CONCRETE MAATREGELEN

De belangrijkste concrete maatregelen die in dit verband werden getroffen in 2024, zijn de volgende:

- Ingebruikname van de nieuwe droogovens om het gasverbruik te verminderen (scope 1). De totale CAPEX-investeringswaarde bedroeg 4.651 k euro, waarvan het grootste gedeelte in 2023 werd geïnvesteerd (Toelichting 15 in de jaarrekening - Machines). In 2024 is er nog 376 k euro geïnvesteerd voor de nieuwe droogovens en 84 k euro voor de warmtewisselaars
- Maatregelen in de gebouwen om gas- en elektriciteitsverbruik te verminderen (scope 1 en scope 2): efficiëntere verlichting en isolering (CAPEX-investeringswaarde van 378 k euro) en het afsluiten van niet-noodzakelijke ruimtes mogelijk dankzij een doorgedreven flexwerk
- Verdere elektrificatie van het wagenpark (reeds meer dan 50% van alle bedrijfsvoertuigen is volledige EV) voor een bedrag van 2.692 k euro

- Optimale energie-efficiëntie die de ISO 50001-certificering bestendigt
- Inzetten op papier en inkt van leveranciers die SBTi-gecertificeerd zijn om de scope 3-uitstoot te verminderen
- De leveranciers aanmanen om het duurzaam aankoopcharter te ondertekenen
- Bijzondere aandacht voor alles wat transport aanbelangt, inclusief verplaatsingen van freelancers
- Minder plastic verpakking en meer paper wrap, een materiaal afkomstig uit een hernieuwbare bron en met een veel lagere milieubelasting qua afval. De totale CAPEX-investeringswaarde van paper wrap installatie bedraagt 1100 k euro over 2024 (Toelichting 15 in de jaarrekening - Machines)

De bedragen van de voor 2025 geplande investeringen zijn goedgekeurd door de Raad van Bestuur. Roularta Media Group kan bijgevolg garanderen dat er geen budgettaire problemen in het verschiet liggen.

De belangrijkste CAPEX bedragen situeren zich (op basis van de info beschikbaar in december 2024) op het vlak van verdere elektrificatie van het wagenpark en bijkomende zonne-

panelen (gebudgetteerd op 1.207 k euro) OPEX bedragen zijn niet van toepassing.

Er zijn evenmin significante CAPEX noch significante OPEX voor de onder de EU taxonomie in achtneembare activiteiten (met name Kanaal Z)

5.1.6.2. CARBON CREDITS OF EMISSIERECHTEN?

En wat met carbon credits of emissierechten? Roularta Media Group kiest er vandaag bewust voor om geen carbon credits te kopen op de spotmarkt. In 2024 opteerde het bedrijf voor een groen verduurzaamheidsproject in Senegal, met een bijdrage aan Ligna Verde. Dat is een internationale NGO, opgericht in 2008 en gecertificeerd door de Verenigde Naties onder de noemer van UNCCD of het Verdrag van de Verenigde Naties ter bestrijding van woestijnvorming. Ligna Verde heeft als doel zoveel mogelijk woestijnvorming tegen te gaan in Afrikaanse landen door bomen aan te planten. Zo verbetert de organisatie de toekomst van de lokale volkeren. Tegelijk zorgen de bomen voor een gezondere biodiversiteit, een betere landbouw en extra opname van CO₂.

Aangezien de nieuwe bomen de eerste jaren geen CO₂ zullen stockeren, neemt Roularta Media Group ze nog niet mee in de berekening van de 'compensatie'.

Dit betekent geenszins dat Roularta Media Group zich geen rekenschap geeft van het feit dat het bereiken van een 0-emissie in de praktijk niet mogelijk is omwille van de locked-in broeikasgasemissies. Elke investering in nieuwe en duurzamere machines, gebouwen en materialen

zorgt er immers voor dat de nieuwe aankoop moet leiden naar een verbetering van de CO₂-uitstoot maar tegelijk is het voorwerp van de aankoop zelf tot stand gekomen met een CO₂-uitstoot. Wanneer Roularta Media Group investeert in nieuwere en duurzamere droogovens bvb dan zullen die droogovens zelf ook geleid hebben tot CO₂-emissies die we niet kunnen negeren. Om die reden is de duur van de operationele levensduur van belangrijke activa een significant element in de overweging voor de evaluatie van de locked-in broeikasgassen.

Op basis van de meest significante emissies onderscheiden we op vandaag vooral de drukpersen en afwerkingsmachines van de drukkerij (gezien hun lange levensduur) en het wagenpark omwille van de omvang van het aantal wagens. Deze 3 vormen de belangrijkste activa voor de 'schatting' van de scope 1 en scope 2 locked-in broeikasgassen.

Dit blijft evenwel een schatting en geen berekening. Deze schatting gebeurt op basis van de vastgestelde evoluties van de voorbije 4 jaar (2021 – 2024) en de vooruitzichten voor de komende 5 jaar (2025-2029). Er zijn op heden geen belangrijke wijzigingen gepland in de scope 1 en scope 2 activa behalve een verdere vergroening van het wagenpark.

Daarnaast wordt ook een inschatting gemaakt voor de scope 3-emissies voor direct gebruik van de verkochte producten. Ook hier wordt uitgegaan van de voorbije evolutie en de prognose voor de toekomst. En ook hier zijn er op heden geen belangrijke wijzigingen gepland.

De locked-in emissies voor scope 1 en scope 2 worden, zoals reeds gesteld in grote mate bepaald door enerzijds het gasverbruik - waar tot op heden geen volwaardig alternatief voor bestaat - en anderzijds het elektriciteitsverbruik - waar wel nog opportuniteiten zijn naar meer groene stroom.

De verwachting is dan ook dat vooral in de periode 2030 – 2040 zal worden gekeken naar bijkomende of alternatieve maatregelen om de ambitie van 2040 te kunnen realiseren.

Volledigheidshalve vermelden we hier ook dat Roularta Media Group voorsnog geen gebruik maakt van de methode van de internal carbon pricing. Deze methode bestaat erin dat het bedrijf de kost van de eigen CO₂-uitstoot in kaart zou brengen. Consultatie van gespecialiseerde literatuur leert dat er nogal wat verschillen en bijhorende onduidelijkheid is omtrent de bepaling van de internal carbon price. Het zou enerzijds handig zijn indien er algemene geldende internal carbon pricings zouden worden vastgelegd per sector/activiteit maar anderzijds dient het gegeven ook een concrete toegevoegde waarde te hebben. Roularta Media Group kiest er tot op heden voor om vanuit de eigen context na te gaan op welke plaat-

sen en op welke manier de grootste toegevoegde waarde schuilt op het vlak van duurzame ontwikkeling. Op die manier wil Roularta Media Group vermijden dat een investering of actie louter en alleen zou gebaseerd zijn op een internal carbon pricing en onvoldoende rekening zou houden met andere aspecten van duurzame ontwikkeling.

5.1.7. E1-4: DOELEN INZAKE KLIMAATMITIGATIE

Om de klimaatmitigatie effectief om te zetten in resultaten heeft Roularta Media Group naast het klimaattransitieplan ook een aantal doelen en subdoelen geformuleerd.

5.1.7.1. DOELEN

De hoofddoelen werden reeds in 2021 uitgetekend onder de vorm van 'ambities' voor de lange termijn en werden intussen verfijnd met tussendoelen voor 2030. De langetermijnambities luiden als volgt:

- Roularta Media Group wil CO₂-neutraal zijn tegen 2040 voor scope 1 en scope 2
- Roularta Media Group wil CO₂-neutraal zijn tegen 2050 voor scope 3

Zoals eerder aangehaald, focust Roularta Media Group op de korte termijn op 2030, en dat met de volgende verfijnde tussendoelen:

- Roularta Media Group wil de scope 1- en scope 2-uitstoot tegen 2030 verminderen met 40% t.o.v. basisjaar 2021
- Roularta Media Group wil de scope 3-uitstoot tegen 2030 verminderen met minstens 50% t.o.v. basisjaar 2021

2021 is het basisjaar omdat dit tegelijk het eerste jaar was waarin Roularta Media Group de CO₂-uit-

stoot in kaart bracht volgens het Green House Gas protocol en met behulp van gespecialiseerde software (ClimateCalc en Tapio).

De lange termijn ambities werden initieel afgesproken tijdens een 2-daagse duurzaamheidsworkshop op 10 en 11 september 2021 door het voltallige management team van Roularta Media Group. Heel snel daarna werd het Susco opgericht en werd voor elk van de SDG's een werkgroep opgericht, bijgevolg dus ook een werkgroep die de targets moest vastleggen voor SDG 13 die verwijst naar klimaat en dus ook naar CO₂-vermindering.

Heel snel (tegen eind september 2021) werden een beperkt aantal mogelijke werkgebieden naar voor geschoven:

- Opvolging energiegebruik
- Opvolging mobiliteit
- Opvolging footprint
- Betere organisatie van transport
- Targets vertrekkend vanaf de nulmeting voor de komende jaren

Toen werden ook reeds de eerste aanzetten voor 'targets' geformuleerd zoals bijvoorbeeld minstens 50% van het wagenpark elektrisch tegen 2030.

Op basis daarvan werd in de daaropvolgende maanden en jaren door het Susco verder gewerkt, initieel enkel vertrekkende van de 4 SDG's en de basistargets maar met de komst van de CSRD dus ook vertrekkende van de dubbele materialiteit analyse en de aspecten die dienen verbeterd, opgevolgd en gerapporteerd te worden.

Het is nog steeds het huidig Susco dat de targets vastlegt en opvolgt maar op basis van bevraging en feedback van alle betrokken interne stakeholders. Zo is 'wagenparkbeheer' geen lid van het Susco maar wel een betrokken stakeholder als het gaat over vergroening van het wagenpark. Het proces om de targets te bepalen is dan ook om te evalueren waar Roularta Media Group zich bevindt op een bepaald ogenblik (de 'actuele' toestand) en dan na te gaan op basis van beschikbare informatie, kennis en expertise wat de mogelijkheden zijn naar de toekomst toe.

Voor de scope 3 is het belangrijk dat er een contact is met die leveranciers die verantwoordelijk zijn voor een materieel aandeel in de scope 3 uitstoot. Periodiek contact zorgt ervoor dat er voeling is met hun richting. Dit wordt vergemakkelijkt door het feit dat de belangrijkste scope 3 'bronnen' ook belangrijke leveranciers zijn.

Op basis van al deze info wordt dan binnen het Susco beslist of targets aanvaardbaar zijn of niet, hoe ze moeten worden geformuleerd, enz...

Het is dan ook niet ondenkbaar dat targets tussentijds een wijziging in de formulering krijgen. Bijvoorbeeld: initieel werd er gesproken over 'elektrificatie' van het wagenpark maar vanaf 2025

spreken we over CO₂ arm maken van het wagenpark omdat we steeds meer signalen opvangen dat er, naast elektrificatie, wellicht binnen afzienbare tijd misschien andere oplossingen zullen beschikbaar zijn zoals 'waterstofgas motoren'. Wat niet weg neemt dat we in de rest van dit verslag nog steeds de term 'elektrificatie' gebruiken wanneer het ook specifiek over elektrificatie gaat.

5.1.7.2. SUBDOELEN

Een aantal onderliggende doelen moeten helpen om de hoofddoelen te bereiken. Zo is er bijvoorbeeld het streven om tegen 2030 het eigen wagenpark 95% CO₂-arm te maken. Er wordt bewust gemikt op 95% en niet op 100% om de doelstelling ambitieus maar tegelijk ook realistisch te houden.

De inspanningen gericht op scope 1 situeren zich vandaag vooral in het wagenpark. Daarnaast blijft Roularta Media Group uitkijken naar een alternatief voor het gasverbruik (zie eerder).

De inspanningen gericht op scope 2 bestaan enerzijds uit maatregelen die bijdragen aan het continue streven naar energie-efficiëntie (bv. ledverlichting, automatische schakelaars, thuiswerk, flexburelen) en anderzijds uit maatregelen tot vergroening van de gebruikte elektriciteit (bv. bijkomende zonnepanelen) en de mogelijkheid om over te schakelen op 100% groene energie. In de komende jaren zullen zeker nieuwe opportuniteiten naar boven komen die zullen helpen om de vermindering van scope 1- en scope 2-uitstoot te realiseren.

Voor scope 3 ligt de focus vooral op de categorieën met de grootste impact, zoals de aankoop van goederen en diensten (3.1.), de aankoop van machines (3.2.) en upstream transport en distributie (3.4.). Andere prioriteiten zijn de verplaatsingen van freelancers (3.7.), downstream transport en distributie (3.9.) en de end-of-life van de producten (3.12.).

Bij het bepalen van de target voor scope 3 werd ook voor 2025 geen onderscheid gemaakt tussen de upstream en de downstream categorieën. Dat heeft 2 redenen: ten eerste blijkt dat het overgrote deel van de scope 3 uitstoot voornamelijk toe te wijzen is aan de upstream kant (zie ook tabel onder 5.1.9. E1-6: Bruto scope 1-, 2-, 3-emissies en totale broeikasgasemissies) en ten tweede omdat er op heden (nog) onvoldoende concrete en uniforme data en informatie beschikbaar is met betrekking tot de impact van de digitalisering op de scope 3 downstream categorie 11 (gebruik van de verkochte goederen). Zoals hieronder ook aangehaald kan en wil Roularta Media Group zich dan ook niet vastpinnen op een verdeling binnen de scope 3 target voor de 2030 target. (zie ook hieronder 5.1.7.3. Digitalisering)

Het Susco evalueert ook jaarlijks het klimaattransitieplan en mocht blijken dat vooropgestelde tussendoelen versneld worden behaald dan zal het Susco nieuwe tussendoelen vooropstellen.

5.1.7.3. DIGITALISERING

Roularta Media Group beseft dat het fenomeen digitalisering in de toekomst een niet onbelangrijke emissieverschuiving kan teweegbrengen binnen de waardeketen. Daarom is het belangrijk om ieder jaar opnieuw te kijken naar de snel veranderende omgeving en de marktevolutie. Waar in een printgeoriënteerde markt voornamelijk een scope 3-emissie plaatsvindt aan upstream-zijde (bij papier- en inktleveranciers), zal een eerder digitaal georiënteerde markt een verschuiving zien naar de downstream-kant (bij de gebruiker/lezer/surfer).

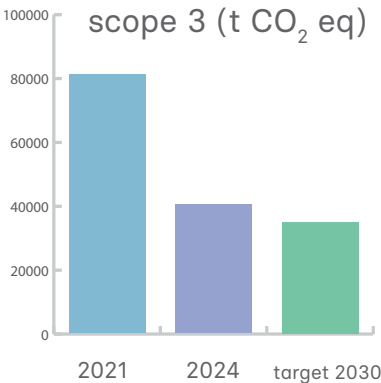
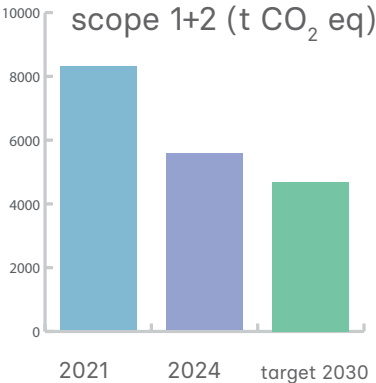
Niettemin biedt elk scenario bijhorende risico's en opportuniteiten. Vandaar dat Roularta Media Group het voorzichtigheidsprincipe toepast en zich niet wil vastpinnen op lange termijn acties. Ze opteert voor een pragmatische en tegelijk flexibele aanpak die moet toelaten in te spelen op evoluties die de mediasector (verder) beïnvloeden. Daar wordt dan ook transparant over gecommuniceerd.

5.1.7.4. BEKNOPT OVERZICHT DOELSTELLINGEN SCOPE 1, 2 EN 3 TEGEN 2030

In tabelvorm:

Kort overzicht doelstellingen 2030 tov basisjaar 2021 en realiteit 2024			
	2021	2024	target 2030
scope 1+2 (t CO ₂ eq)	8273,84	5521,604	4700
scope 3(t CO ₂ eq)	80956,19	40205,259	35000
Totaal	89230,03	45726,863	39700

In grafiekvorm:



* Scope 2-emissies berekend op basis van de locatiegebaseerde methode.

De details van de inspanningen in scope 3 komen verderop in het document aan bod. Nu al belangrijk zijn de volgende punten:

- De vooropgestelde daling van scope 1 is voornamelijk het gevolg van efficiënt gasverbruik en het verder onderzoeken van de markt om na te gaan in welke mate het gasverbruik nog verder kan dalen. Ook de verdere 'verduurzaming' van het wagonpark wordt hier meegenomen. De verwachting is bovendien dat het gasverbruik nog verder zal dalen, zijn het in mindere mate omwille van het effect van de droogovens die nu 100% in gebruik zijn dan wel als gevolg van efficiënter gebruik van de machines en ook van de verdere vergroening van het wagonpark. (zie ook hoofdstuk 5.1.9.1.1 met grafieken en cijfers met betrekking tot huidige situatie vergroening wagonpark)
- De vooropgestelde daling van scope 2 tegen 2030 houdt (nog) geen rekening met een eventuele volledige overstap naar groene elektriciteit
- De daling van scope 3 heeft op dit ogenblik een aanzienlijke voor-sprong op het streefdoel, maar gezien de afhankelijkheid van een beperkt aantal, weliswaar belangrijke, leveranciers speelt ook hier het voorzichtigheidsprincipe waarbij de evolutie nauwlettend jaar-na-jaar wordt opgevolgd

- Deze cijfers zijn louter een weerspiegeling van de meting van de CO₂-emissie op basis van de ingevoerde data en houden in geen enkel geval rekening met de evolutie van die data zelf. Zo gaat een gehalveerde emissiebron (bv. de helft minder papier) meteen gepaard met een gedaalde emissie, maar vertelt die zonder referentiekader niets over de geleverde inspanningen. Dat kader komt in de tabellen die volgen tot uiting in de vorm van een 'intensiteitswaarde'

5.1.8. E1-5: ENERGIEVERBRUIK EN ENERGIEMIX

In het kader van de ISO 50001-certificering onderscheidt Roularta Media Group twee belangrijke energiestromen binnen het energiemanagementsysteem, met name gas en elektriciteit.

5.1.8.1. ENERGIEVERBRUIK

Het spreekt voor zich dat het overgrote deel van het energieverbruik zich situeert op de site in Roeselare, en meer specifiek in de drukkerij.

De energieverbruiken worden geregistreerd door middel van wekelijkse deelmetingen, wat al gebeurt sinds 2006. Deze energieverbruiken worden binnen ISO 50001 toegewezen aan vijftien verschillende processen, om zo een maximale opvolging te garanderen.

Voor elk van deze processen wordt bovendien een Energie Prestatie Indicator (EPI) geformuleerd die het referentieverbruik, het efficiënt verbruik, bepaalt. De werkelijke verbruiken worden getoetst aan deze referentie-EPI om na

te gaan of en waarom het verbruik hoger of lager ligt dan verwacht.

Net als bij elk productieproces zijn er uiteraard heel wat factoren die een impact hebben op het verbruik, dat niet altijd lineair verloopt en in die zin vergelijkbaar is met het elektriciteitsverbruik thuis. Zo is het algemeen geweten dat een halvering van het aantal bewoners niet per se leidt tot een halvering van het elektriciteits- of gasverbruik.

Een aantal invloedfactoren op het verbruik van elektriciteit en gas in de drukkerij zijn bijvoorbeeld:

- de baanbreedte van het papier
- de papiersoort
- de inkt dikte (voor het drogen)
- het aantal opstarten (of de oplage van een drukwerk)
- de buitentemperatuur
- onderhoudsperiodes
- bezetting van de persen
- ...

Afgezien van de site Roeselare valt Roularta Media Group niet onder ISO 50001. De CSRD-scope blijft evenwel van tel. Voor de kantoren in België maar buiten Roeselare en de kantoren in Nederland wordt het verbruik van gas en elektriciteit gecontroleerd aan de hand van de facturen. Voor Duitsland wordt een extrapolering gedaan op basis van het verbruik in de Nederlandse kantoren en het aantal FTE's.

5.1.8.2. ENERGIEMIX

De energiemix van Roularta Media Group is eigenlijk vrij eenvoudig: vooral aardgas en grijze elektriciteit en een klein volume aan eigen opgewekte energie via de installaties van zonnepanelen.

De netwerk elektriciteit in België wordt volledig geleverd door Luminus.
Het gaat om grijze stroom die bestaat uit elektriciteit van gascentrales (49.17%) en elektriciteit van kerncentrales (50.83%).

Hoe ziet dan de energiemix er iets meer in detail uit?

OVERZICHT VAN HET ENERGIEVERBRUIK

Energieverbruik & energiemix	2023	2024
1 Brandstofverbruik uit kolen en kolenproducten (MWh)	0,00	0,00
2 Brandstofverbruik uit ruwe olie en petroleumproducten (MWh)	5.259,76	3.691,00
3 Brandstofverbruik uit aardgas (MWh)	13.586,78	9.916,42
4 Brandstofverbruik uit andere fossiele bronnen (MWh)	0,00	0,00
5 Verbruik van ingekochte of verworven elektriciteit, warmte stoom en koeling uit fossiele bronnen (MWh)	7.545,74	6.762,15
6 Totaal verbruik energie uit fossiele bronnen (MWh) (berekend als de som van lijnen 1 t/m 5)	26.392,28	20.369,57
Aandeel energie uit fossiele bronnen in totaal energieverbruik (%)	76,0%	73,1%
7 Verbruik uit nucleaire bronnen (MWh)	7.800,49	6.990,44
Aandeel energie uit nucleaire bronnen in totaal energieverbruik (%)	22,5%	25,1%
8 Brandstofverbruik uit hernieuwbare bronnen met inbegrip van biomassa (biogas, waterstof uit hernieuwbare bronnen, enz..) (MWh)	0,00	0,00
9 Verbruik van ingekochte of verworven elektriciteit, warmte, stoom en koeling uit hernieuwbare bronnen (MWh)	0,00	25,00
10 Verbruik van zelfopgewekte hernieuwbare energie uit andere bronnen dan brandstof (non-fuel) (MWh)	541,21	476,57
11 Totaal verbruik hernieuwbare energie (MWh) (berekend als de som van lijnen 8 t/m 10)	541,21	501,57
Aandeel hernieuwbare bronnen in totale energieverbruik (%)	1,6%	1,8%
Totaal energieverbruik (MWh) (berekend als de som van lijnen 6, 7 en 11)	34.733,98	27.861,58

We voegen hier volledigheidshalve aan toe dat Roularta Media Group geen hernieuwbare energie opwekt die wordt verkocht.

Omdat de drukkerij-activiteit voor de CSRD als een sector met grote klimaat impact wordt beschouwd geven we hier nog volgende informatie mee:

	2023	2024
Totaal energieverbruik van de drukkerij-activiteiten (MWh)	21.148,05	16.729,49

Energie intensiteit grote klimaat impact activiteiten volgens omzet (MWh drukkerij/omzet drukkerij*)	291,09	264,33
--	--------	--------

*voor details met betrekking tot de omzet van de drukkerij-activiteiten verwijzen we naar toelichting 3 – gesegmenteerde informatie.

We zien dus dat de energie intensiteit waarbij het volume aan verbruikte energie wordt afgezet tegen de omzet voor de drukkerij-activiteit gedaald (of verbeterd) is met 9,19%.

5.1.9. E1-6: BRUTO SCOPE 1-, 2-, 3-EMISSIONS EN TOTALE BROEIKASGASEMISSIONS

Voor de berekening van de broeikasgasemissies maakt Roularta Media Group gebruik van twee tools, ClimateCalc en Tapio:

ClimateCalc, een specifieke tool voor de drukkerij-wereld.

ClimateCalc is een berekeningstool gespecialiseerd in het verschaffen van informatie over de volledige footprint van print- en verpakkingenproducten.

ClimateCalc volgt daarvoor diverse internationale standaarden en richtlijnen, zoals onder meer het 'Greenhouse Gas Protocol'.

Als nichetool is ClimateCalc in staat om de meest accurate emissiefactoren (EF's) te gebruiken en zo de meeste accurate informatie te verschaffen. Zo berekent ClimateCalc de precieze EF voor het papier op basis van leverancier, type, hoeveelheid, fabriek, enz.. of neemt ze integraal de EF van de leverancier zelf over zoals bijvoorbeeld voor de inkt van Sun Chemical.

Roularta Printing is een gecertificeerd gebruiker van ClimateCalc. Dat houdt in dat Roularta Media Group gemachtigd is om ClimateCalc te gebruiken om klanten te informeren over de eigen footprint op basis van de verschaft informatie. ClimateCalc auditeert bovendien jaarlijks het gebruik van de tool en de data die Roularta Media Group aanwendt.

Tapio, een algemene Belgische tool .

Tapio neemt veel data van ClimateCalc over, maar verwerkt daarnaast alle andere informatie met betrekking tot Roularta Media Group. Op die manier komt de tool tot een totaaloverzicht van de footprint van de organisatie. Alle CO₂-cijfers in dit duurzaamheidsrapport zijn afkomstig uit deze tool.

Ook Tapio volgt het 'Greenhouse Gas Protocol' als raamwerk voor het in kaart brengen, berekenen en beheren van de broeikasgas emissies.

Tapio gebruikt verschillende databases voor wat betreft de EF's (emissiefactoren) waaronder ADEME, CO₂emissiefactoren, AWAC en UK Defra maar maakt daarnaast ook gebruik van 'specifieke' EF's zoals de emissiefactor van de MIVB of de SNCF maar ook de specifieke emissiefactoren van ClimateCalc voor papier en inkt. Op die manier kunnen we stellen dat de CO₂-uitstoot niet enkel berekend wordt op basis van eerder 'algemene' emissiefactoren maar dat waar mogelijk ook rekening wordt gehouden met heel gerichte en accurate emissiefactoren. Dit met als doel om de CO₂-uitstoot zo correct mogelijk te kunnen berekenen.

Aangezien de drukkerij-activiteit een belangrijke impact heeft op de totaliteit en we bovendien gebruiken maken van een specifieke tool en specifieke emissiefactoren kunnen we besluiten dat de berekeningen van de emissies voor 50,50% gebaseerd zijn op primaire data.

Voor scope 1 en 2 zijn de berekeningen voor België (drukkerij-activiteiten en burelen) en Nederland (burelen) in hoofdzaak gebaseerd op de reële data. De aannames beperken zich voor deze sites tot het gasverbruik van het kantoor in Sint-Denijs-Westrem en het partiële ener-

gieverbruik van het kantoor in Brugge. Voor de veel kleinere Duitse burelen werd geen specifieke data opgevraagd en werd zowel voor scope 1 als voor scope 2 steeds gewerkt met aanname op basis van FTE ten opzichte van de burelen Nederland.

Voor scope 3 zijn berekeningen voor België (drukkerij-activiteiten en burelen) en Nederland (burelen) eveneens in hoofdzaak gebaseerd op de reële data. De aannames beperken zich voor deze sites tot categorie 3.6 'zakelijke reizen' voor Nederland waarbij een extrapolatie wordt gemaakt van de data van de Belgische burelen op basis van de FTE ratio. Ook bij categorie 3.7 'woon-werkverkeer' wordt een aanname gemaakt voor de burelen 'België' waarbij wordt uitgegaan van 2 dagen thuiswerk voor de medewerkers die full time werken en 1 dag thuiswerk voor de medewerkers die 4/5 werken. Daarnaast werd ook voor scope 3 voor de Duitse burelen niet gewerkt met specifieke data maar met een aanname op basis van FTE ten opzichte van de burelen Nederland.

Voor die categorieën waar geen andere data van de leveranciers voorhanden was of geen andere data toepasbaar was, werd de 'uitgave' methode toegepast. 22% van de totale scope 3 CO₂-uitstoot werd op die manier berekend.

OVERZICHT VAN DE BRUTO BROEIKASGASEMISSIES

Overzicht van de totale broeikasgasemissies uitgesplitst volgens scope	2021	2023	2024	% vorig jaar	aandeel in totaal 2024	target 2030
Scope 1 broeikasgasemissies						
Bruto scope 1-emissies (ton CO ₂ -eq)	5244,3	4155,7	2947,7	-29%	6,45%	2400
Percentage scope1-emissies van gereguleerd emissiehandelssystemen (%)	0,0	0,0	0,0			
Scope 2 broeikasgasemissies						
Bruto locatiegebaseerde scope 2-emissies (ton CO ₂ -eq)	3029,6	2940,8	2573,9	-12%	5,63%	2300
Bruto marktgebaseerde scope 2-emissies (ton CO ₂ -eq)			2128,5			
Scope 1 + Scope 2 emissies (locatiegebaseerd) (ton CO₂-eq)	8273,8	7096,5	5521,6	-22%	12,08%	4700
Scope 3 broeikasgasemissies						
Totaal bruto indirecte (scope3) emissies (ton CO ₂ -eq)	80956,2	51296,0	40205,3	-22%	87,92%	35000
1 Aankoop goederen en diensten	62024,0	35591,3	26434,0	-26%	57,81%	
2 Kapitaalgoederen	4591,2	4796,6	2222,8	-54%	4,86%	
3 Brandstoffen en energie gerelateerde activiteiten (niet inbegrepen in scope 1 of scope 2)	1538,8	1298,8	941,1	-28%	2,06%	
4 Transport en distributie upstream	7774,0	5399,0	6143,0	14%	13,43%	
5 Verwerking productieafval	405,1	379,3	735,8	94%	1,61%	
6 Zakelijke reizen	5,7	36,1	44,2	22%	0,10%	
7 Woon-werkverkeer	790,9	730,5	757,6	4%	1,66%	
8 Upstream geleasede activa	388,2	430,2	462,4	7%	1,01%	
9 Transport en distributie downstream	1352,5	991,2	889,3	-10%	1,94%	
10 Bewerken van verkochte producten						
11 Gebruik van verkochte producten	457,7	470,2	543,3	16%	1,19%	
12 Einde leven van verkochte producten	1628,2	1172,6	1031,7	-12%	2,26%	
13 Downstream geleasede activa						
14 Franchisehouders						
15 Investerings						
Totale broeikasgasemissies (locatiegebaseerd)(ton CO₂-eq)	89230,0	58392,5	45726,9	-22%	100,00%	39700
Totale broeikasgasemissies (marktgebaseerd)(ton CO ₂ -eq)			45281,4			

Merk op dat de scope van deze berekening dezelfde is als de scope van de targets.

Verder volgt een bespreking van de evolutie van de opgenomen scopes en categorieën.

De scope 2-verbruiken voor België zijn zowel locatie-gebaseerd als markt-gebaseerd op basis van het gegeven dat er met één gekende leverancier wordt gewerkt. De EF voor het netwerk stroomverbruik volgens de markt-gebaseerde methode is bijgevolg gebaseerd op de informatie van die leverancier. Voor Nederland en Duitsland is de scope-2 berekening enkel locatie-gebaseerd.

Tabel met locatie-gebaseerde intensiteitsratio's:

Broeikasgasintensiteit volgens omzet* (locatiegebaseerd)			
	2023	2024	% verbetering
Scope 1	12,84	9,20	28,36%
Scope 2	9,09	8,04	11,60%
Scope 3	158,55	125,52	20,83%
totaal	180,49	142,76	20,90%

*voor details met betrekking tot de omzet verwijzen we naar toelichting 4 – omzet.

De intensiteitswaarde is een belangrijke parameter voor de evaluatie van de geleverde inspanningen.

De intensiteitswaarde geeft een beeld van de mate waarin de intensiteit van de emissies evolueert. De regel is dat de intensiteitswaarde elk jaar moet dalen, omdat er niet enkel gekeken wordt naar de totale uitstoot maar naar de totale uitstoot afgezet tegen de omzet van de activiteit. Een daling in absolute waarde geeft dus op zich niet altijd een correct beeld van de geleverde inspanningen, integendeel...

Dat enkel gekeken wordt naar de omzet, kan een onderwerp van discussie zijn. Omzet kan tenslotte sterk beïnvloed worden door externe factoren, los van de CO₂-uitstoot.

Desalniettemin is het vandaag de enige sleutel die de CSRD naar voor schuift.

5.1.9.1. ANALYSE VAN
DE VERSCHILLENDE SCOPES
5.1.9.1.1. SCOPE 1-UITSTOOT

Nieuwe droogovens

In 2023 en 2024 investeerde Roularta Media Group 4.651 k euro in nieuwe droogovens van Contiweb. Deze droogovens hebben een ingebouwde naverbrander die mee zorgt voor een gasverbruik dat 25% lager ligt dan bij de vervangen, conventionele droogovens.

Aangezien deze nieuwe droogovens pas in de loop van 2023 (en begin 2024) operationeel werden, valt het rendement ervan (minder gas- en ook wat minder elektriciteitsverbruik) maar sinds 2024 integraal waar te nemen.

En dat heeft meteen een positieve impact op het Scope 1 uitstoot, niet alleen voor de drukkerij maar voor de ganse groep.

De scope 1-uitstoot daalde van 5.244,25 ton CO₂ eq. in basisjaar 2021 naar 2.947,70 ton CO₂ eq. in 2024, een daling met bijna 45% die mede te danken is aan het resultaat van 2 belangrijke acties: de investering in nieuwe droogovens voor het drukproces en de vergroening (elektrificatie) van het wagonpark.

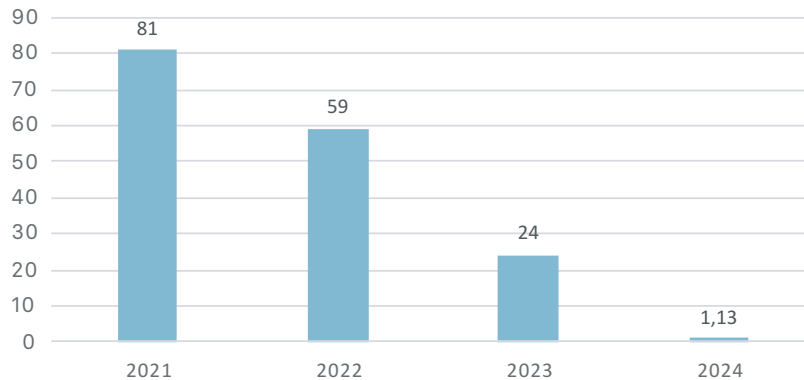
Bij de investering van de droogovens werd berekend dat deze binnen de drukkerij- activiteiten zouden leiden tot een vermindering van het gasverbruik met 25% en bijgevolg ook een daling van de CO₂-uitstoot met 14%.

Waar in 2023 slechts een gedeeltelijke impact van de investeringen werd gezien, kwam dit in 2024 overduidelijk naar voor: het gasverbruik binnen de drukkerij daalde tov van 2023 met niet minder dan 19% (rekening houdend met het activiteitsvolume)

Voor wat betreft de vergroening van het wagenpark verwijzen we naar de 2 onderstaande grafieken.

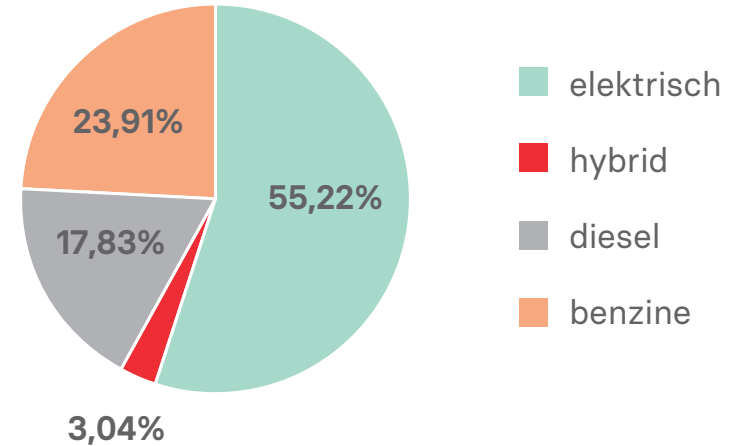
De eerste grafiek geeft een overzicht van de evolutie van de CO₂-uitstoot van de nieuwe wagens in België 2024. De vaststelling dat er in 2024 nog altijd een, weliswaar heel lage, emissie gerapporteerd wordt is het gevolg van het feit dat er in 2024 nog één laattijdige levering was van één voertuig met benzine. Alle andere nieuwe wagens in België in 2024 waren 100% elektrische voertuigen.

Evolutie CO₂-uitstoot 'nieuwe wagens' in dat jaar. in gram CO₂ per kilometer



De tweede grafiek geeft een verdeling van het volledig wagenpark (meer dan 450 wagens en niet enkel België) volgens type wagen op het einde van 2024.

verdeling wagenpark 'Group' eind 2024 volgens brandstof



De versnelde inzet op de vergroening van het wagenpark waarbij in eerste instantie werd gemikt op een vermindering van de emissies van het wagenpark met 50% tegen 2030 is meer dan 'op schema' aangezien de scope 1-emissies van de 'mobiele verbranding' reeds met om en bij de 40% gedaald zijn tov 2021.

De emissies van het wagenpark daalden in 2023 tov 2021 met 4,6% maar in 2024 bedroeg de daling tov 2021 reeds 25,65%. De verwachting is dat deze tendens zich in de komende jaren verder zal zetten omwille van enerzijds het feit dat de meeste elektrische wagens in de loop van 2024 werden ingezet en dus nog niet over een volledig jaar hebben gerendeerd en anderzijds het feit dat ook in 2025 de investeringen in het wagenpark verder worden gezet (zie hoofdstuk 5.1.6.1)

5.1.9.1.2. SCOPE 2-UITSTOOT

De scope 2-uitstoot daalde eveneens in 2024 tov 2021 van 3.029,59 ton CO₂ eq. naar 2.573,91 ton CO₂ eq. Deze daling is bijlange niet zo spectaculair als deze van de scope 1 maar in vergelijking met het totaalvolume aan CO₂-emissies blijft de scope 2-uitstoot al bij al beperkt. Bovendien gaat slechts één item schuil achter deze uitstoot, namelijk het verbruik van elektriciteit. Aangezien er vóór 2020 al heel wat ingrijpende elektriciteitsbesparende maatregelen werden getroffen en de ISO 50001-norm volledig focust op een efficiënt energieverbruik, verbaast het niet dat het bij een geringe uitstootdaling blijft.

Ook wanneer we 2024 vergelijken met 2023 is er nog een daling waar te nemen maar binnen de scope 2 stellen we vast dat er dalingen zijn in het verbruik van het algemeen gebruik van elektriciteit zowel in de productie-omgeving als in de kantoren. Dit is vooral het gevolg van de inspanningen die geleverd werden in het kader van de ISO 50001 certificering. Het centraal uitgangspunt van het ISO 50001 certificaat is immers om de energieprestatie elk jaar naar een hoger niveau te tillen.

Maar we zien tegelijk een niet onbelangrijke stijging van het elektriciteitsverbruik bij het wagenpark. Niet

onlogisch wanneer we weten uit de scope 1 bespreking dat er grote investeringen gedaan werden in de elektrificatie van het wagenpark.

Aangezien het de bedoeling is om ook in de toekomst de scope 2-emissies verder te doen dalen, ook met een toename aan elektrische voertuigen, worden ook extra inspanningen voorzien zoals het bijplaatsen van 2.000 KWp aan zonnepanelen (zie ook hoofdstuk 5.1.6.1). Die plannen werden goedgekeurd en zullen normaliter in de komende jaren worden gerealiseerd. Intussen werken de leveranciers op hun beurt aan vergroening, en houdt Roularta Media Group een vrijwillige overstap naar groene elektriciteit achter de hand.

Merk op dat de scope 2-uitstoot voor de vestiging in Duitsland niet berekend werd op reële verbruiken maar op de FTE-ratio van de kantoormedewerkers in België.

5.1.9.1.3. SCOPE 3-UITSTOOT

De scope 3-uitstoot is veruit de meest belangrijke vorm van uitstoot. En bovendien is de uitstootdaling hier ook nog iets beter dan voor de scope 1: van 80.956 ton CO₂ eq. in 2021 naar 40.205 ton CO₂ eq. in 2024, een verbetering van meer dan 50%. Het grootste aandeel van deze emissies valt te situeren bij de upstream-leveranciers.

De scope 3-uitstoot wordt in grote mate bepaald door de waardeketen en meer specifiek de leveranciers.

Hieronder bespreken we meer in detail de 15 categorieën van de scope 3 emissies. We kunnen deze grosso modo opdelen in volgende groepen:

- De categorieën met betrekking tot de eigen activiteiten of waar het bedrijf toch een rol in kan spelen zijn 3.6 en 3.7.
- De categorieën met betrekking tot de upstream activiteiten (die ook het zwaarst doorwegen in het geheel van de scope 3 emissies) zijn: 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5 en 3.8
- De categorieën met betrekking tot de downstream activiteiten zijn de overige categorieën: 3.9, 3.10, 3.11, 3.12, 3.13, 3.14 en 3.15.

5.1.9.1.4. 3.1-UITSTOOT: AANKOOP GOEDEREN EN DIENSTEN

De belangrijkste categorie met het grootste aandeel is de 3.1-uitstoot. Deze categorie is verantwoordelijk voor meer dan 65% van de totale scope 3-uitstoot. Deze categorie is ook in grote mate gebaseerd op de informatie van ClimateCalc, een tool die alle data over papier, inkt en aluminium drukplaten omvat. Ook wordt voor dit onderdeel gebruikgemaakt van de specifieke emissiefactoren (EF's) die voortvloeien uit de bijzondere inspanningen van de leveranciers. Voorbeelden daarvan zijn de EF's voor papier (afhankelijk van de leverancier en de fabriek) en inkt.

We noteren voor 2024 een belangrijke daling van deze categorie. Dat is het gevolg van enerzijds het activiteitsvolume van de drukkerij maar ook, en vooral, van de inspanningen die de papierleveranciers jaar-na-jaar leveren om hun CO₂-uitstoot te verminderen in combinatie met de keuze van de fabriek die het papier levert.

Binnen de scope 3 is 'papier' immers verantwoordelijk voor bijna 45% van de emissies.

Bovendien noteren we dat alle papierleveranciers van 2024 CSRD-plichtig zijn, en dat de vijf grootste leveranciers ook SBTi-gecertificeerd zijn. En bijna 68% van de scope 3.1-emissie is exclusief toe te wijzen aan het papier.

5.1.9.1.5. 3.2-UITSTOOT: KAPITAALGOEDEREN

De uitstoot in categorie 3.2 is het gevolg van investeringen waarvan de meeste met het oog op het verlagen van de CO₂-uitstoot. Denk bijvoorbeeld aan de nieuwe elektrische bedrijfswagens, maar ook en vooral aan de investering van 4.651 k euro in de nieuwe droogovens.

Waar de 3.2-emissies van 2023 licht hoger lagen dan die van 2021 zien we in 2024 een toch wel spectaculaire daling.

Deze daling is quasi integraal toe te schrijven aan de daling van de emissiefactor voor de machines en, weliswaar in veel mindere mate, de daling van de emissiefactor voor IT materiaal.

Tapio gebruikt een afschrijvingsmethode op levensduur voor de investeringen en de uitstoot. De uitstoot wordt in de tijd verspreid, wat Roularta Media Group meteen toelaat om de verschillende jaren met elkaar te vergelijken. Deze methode wordt reeds gebruikt sinds 2021 en laat toe om een consistente evaluatie van de evoluties te maken over de jaren heen. Om echter volledig in lijn te liggen met het Greenhouse Gas Protocol zal de aanpak wijzigen vanaf 2025.

We noteren dat, behalve voor het wagenpark, waarvoor de exacte informatie werd gebruikt, de uitstoot van de kapitaalgoederen in Duitsland gebaseerd is op de ratio van de kantoormedewerkers in België.

5.1.9.1.6. 3.3-UITSTOOT: BRANDSTOFFEN EN ENERGIE GERELATEERDE ACTIVITEITEN

Scope 3.3-emissies komen voort uit het verbruik van brandstoffen die niet in scope 1 en scope 2 werd opgenomen, ofwel de uitstoot die gepaard gaat met het fabriceren en het transporteren van brandstoffen (upstream). Voor de berekening van deze emissies gebruikt Tapio voornamelijk de ADEME-emisiefactoren. Waar de daling tussen 2021 en 2023 nog relatief beperkt was, toont 2024 een belangrijkere daling die samenhangt met de daling in scope 1.

De daling van scope 3.3-emissies heeft immers in de eerste plaats te maken met het dalend verbruik van diesel en benzine, en in de tweede plaats met de (dankzij renovatie- en isolatie-inspanningen) meer efficiënte verwarmingsinstallaties en ten slotte ook met het meer efficiënt gebruik van de gebouwen op zich.

5.1.9.1.7. 3.4-UITSTOOT: TRANSPORT EN DISTRIBUTIE UPSTREAM

Het upstream transport wordt eveneens volledig door ClimateCalc berekend en dat op basis van het volume aangeleverde grondstoffen. Ook hier is papier de belangrijkste factor. De cijfers evolueerden tot vorig jaar in de goede richting maar voor 2024 zien we plots een niet onbelangrijke stijging. De uitstoot stijgt van 5.399 ton CO₂ eq. in 2023 naar 6.143 ton CO₂ eq. in 2024. De twee belangrijkste redenen voor deze stijging (met bijna 14%) zijn:

- Een correctie door Ecoinvest in de EF voor het transport op basis van nieuwe en geüpdate informatie waarbij Ecoinvest verwijst naar het feit dat er werd rekening gehouden met bijkomende aspecten zoals methaan affakkelen en diffuse emissies van de brandstof.
- Een verhoging van het aantal kilometers omdat het papier van andere fabrieken afkomstig is (ook al betreft het dezelfde 'leverancier').

Vooral die laatste reden 'verhoging van het aantal kilometers' is een niet onbelangrijk gegeven want het feit dat het papier afkomstig is van andere fabrieken heeft er mee toe geleid dat de emissies voor het papier zelf (zie hiervoor voor de bespreking van scope 3.1) in belangrijke mate gedaald is.

5.1.9.1.8. 3.5-UITSTOOT: VERWERKING PRODUCTIEAFVAL

Scope 3.5 is een categorie die vooral betrekking heeft op de drukkerij activiteiten. In tegenstelling tot het volume aan afval (zie hoofdstuk 5.3.5) waarbij het accent vooral ligt bij het volume aan papierafval, zien wij bij de CO₂-uitstoot toch een niet-onbelangrijke impact van de verwerking van de andere afvalstoffen binnen de drukkerij-activiteit maar evenzeer van de burelen. We stellen vast dat het volume 'papier' een aandeel van meer dan 99% vertegenwoordigt van het 'vast afval' maar bij de totale emissies (van zowel vast afval als afvalwater) heeft het papier slechts een aandeel van 37,3 %. Dit is niet verwonderlijk wanneer in overweging wordt genomen dat het recycleren en opnieuw in productie brengen van het papier veel minder emissies tot gevolg heeft dan bijvoorbeeld het recycleren en verwerken van plastic afval, gemengd huishoudelijk afval, hout en metaal of gevaarlijke producten zoals solventen. We kunnen besluiten dat het volume afval in grote mate wordt bepaald door papier en water maar dat de emissies van afval in belangrijke mate ook toe te schrijven zijn aan bijvoorbeeld verpakingsmateriaal.

5.1.9.1.8. 3.6-UITSTOOT: ZAKELIJKE REIZEN

Hoewel het hier om amper 0.11% gaat van het totaal van de scope3-emissies stellen we in 2024 toch een stijging vast in vergelijking met 2023 van 22,25%. De reden hiervoor is dat er enerzijds in de voorbije jaren extra inspanningen werden geleverd om de zakelijke reizen te identificeren en te registreren en anderzijds omwille van een paar specifieke reizen in het kader van klantenrelaties, product placement en redactionele inhoud. Voorts is de aanwezigheid op een beurs of congres soms toch wel aangewezen omwille van inhoudelijke of commerciële redenen.

5.1.9.1.10. 3.7-UITSTOOT: WOON-WERKVERKEER

Scope 3.7 is op zich een interessante categorie. In theorie behoort deze categorie eveneens tot het upstream-kanaal, maar de specifieke aard ervan vraagt om een afzonderlijke behandeling. Om deze uitstoot naar waarde te schatten, is het belangrijk om enerzijds rekening te houden met het aantal werknemers en anderzijds met de geleverde inspanningen.

We stellen immers vast dat er een kleine verhoging is van de uitstoot van 2024 ten opzichte van 2023 (met 3,71%) maar deze is integraal toe te wijzen aan het feit dat de informatie met betrekking tot woon-werkverkeer in 2024 meer gedetailleerd werd verwerkt dan in 2023.

5.1.9.1.12 3.8-UITSTOOT: UPSTREAM GELEASEDE ACTIVA

Bij de upstream geleasede activa zien we jaar-na-jaar een gestage toename. Op zich is dat niet verwonderlijk en een belangrijk deel van de locked-in emissies zullen zich ook daar situeren. Het zijn hier vooral de 'geleasede elektrische auto's' die verantwoordelijk zijn voor de jaarlijkse groei. In 2024 werd die groei deels opgevangen door de sterke verbetering van de EF voor de machines (zie ook hiervoor bij de categorie kapitaalgoederen). We verwachten dan ook dat dit ook nog volgend jaar zal stijgen als gevolg van de nog uit te voeren investeringen.

5.1.9.1.11 3.9-UITSTOOT: TRANSPORT EN DISTRIBUTIE DOWNSTREAM

Downstreamtransport bestaat uit enerzijds vervoeren van de (print)producten en anderzijds het transport van pakjes naar de klanten. De daling is hier enerzijds het gevolg van het activiteitsvolume voor wat betreft het papier maar ook de inspanningen van de transporteurs spelen hierbij een rol. Zo is Bpost die de magazines levert aan de abonnees en die ook een groot aantal pakjes uitlevert SBTi-gecertificeerd en hebben ze zich de laatste jaren ingezet op vlak van elektrificatie van voertuigen.

5.1.9.1.13 3.10-UITSTOOT: BEWERKEN VAN VERKOCHTE PRODUCTEN

Deze categorie is niet relevant voor Roularta Media Group.

5.1.9.1.14 3.11-UITSTOOT: GEBRUIK VAN VERKOCHTE PRODUCTEN

Zoals reeds besproken in hoofdstuk 5.1.7.3 'Digitalisering' kunnen we niet ontkennen dat een verdere digitalisering resulteert in een hoger volume aan pageviews. We denken hierbij vooral aan het stijgend succes van de 'Mijn Magazines' formule.

Deze 'elektronische' consultatie leidt eveneens tot een stijging in de CO₂-uitstoot.

Het is dan ook niet verwonderlijk dat de CO₂-uitstoot van 2024 gestegen is met 15,53% tov 2023. Ook hier heeft een verbetering van de emissie factor de stijging enigszins getemperd.

5.1.9.1.15. 3.12-UITSTOOT: EINDE 'LEVEN' PRODUCTEN OF DIENSTEN

Hier gaat het over de CO₂-uitstoot van de eindfase van een product, met opnieuw vooral papier. Zoals bij de meeste scope 3-categorieën vertrekt de berekening bij de volgende assumptie of formule: aangekocht volume papier - verlies papier bij productie = papierafzet in de markt (eigen magazines + extern drukwerk). Door dan aan te nemen dat 90% van het papier gerecycled wordt, verschijnt de slotsom.

5.1.9.1.16. 3.13-UITSTOOT: DOWNSTREAM GELEASEDE ACTIVA

Deze categorie is niet relevant voor Roularta Media Group.

5.1.9.1.17. 3.14-UITSTOOT: FRANCHISEHOUDERS

Deze categorie is niet relevant voor Roularta Media Group.

5.1.9.1.15. 3.15-UITSTOOT: INVESTERINGEN

Deze categorie wordt niet meegeëgenomen in de rapportering wegens niet materieel.

Theoretisch zouden de emissies van Mediafin als volgt moeten gerapporteerd worden:

- De scope 1 & 2 emissies van Mediafin procentueel bij de scope 1 & 2 emissies van Roularta Media Group maar aangezien de omzet van Mediafin slechts voor ongeveer 1% van de totale Roularta Media Group meetelt, wordt dit als niet materieel beschouwd.
- In dat geval zou het aandeel emissies (scope 1 & 2) moeten gerapporteerd worden onder scope 3 categorie 15.

Er mag echter redelijkerwijs verwacht worden dat de verhouding scope 1 & 2 emissies versus scope 3 emissies voor Mediafin in dezelfde lijn zullen liggen van de verhouding van de scope 1 & 2 emissies van Roularta Media Group namelijk 12% tov 88%. Dat impliceert dat 50% van de scope 1 & 2 emissies van Mediafin evenmin materieel zal zijn binnen de scope 3 van Roularta Media Group. En bijgevolg worden binnen de scope 3 categorie 15 geen emissies van Mediafin gerapporteerd.

5.2 TOELICHTING EN RAPPORTERING M.B.T. E2 LUCHTVERONTREINIGING

Dit hoofdstuk behandelt het onderwerp luchtverontreiniging, en dan specifiek luchtmissies en hoe Roularta Media Group daarmee omgaat.

5.2.1. E2 IRO-1

Tijdens de DMA-oefening werden de risico's van Roularta Media Group geëvalueerd in functie van duurzaamheid. Op basis van de scoring werd het gebruik van solventen in het drukproces (meer concreet: in de drukinkten) als een materieel risico ingeschat. Bij het drogen van de inkt komen solventen vrij die, indien ze niet correct worden verwerkt, een risico kunnen vormen voor de omgeving. Precies daarom is het topic luchtvervuiling voor Roularta Media Group materieel, ook al heeft het enkel en alleen betrekking op het gebruik van solventen in de drukkerij. Wel is het enkel van toepassing in het luik van het productieproces en niet voor andere processen, afdelingen of diensten.

Als gevolg hiervan is de directeur van de drukkerij ook ineens verantwoordelijk voor het beleid inzake luchtverontreiniging.

5.2.1.1. DRUKPROCES

Roularta Media Group beschikt over een offset-rotatiedrukkerij met heatset-rotatiepersen die onder andere magazines, brochures, commercieel drukwerk en kranten drukken. Tijdens het drukken gaat het papier door vier drukunits (met evenveel kleuren, namelijk zwart, blauw of cyaan, rood

of magenta en geel) en aluminium drukplaten. De materialen in dat proces zijn heatset-inkt en water.

Onmiddellijk na het bedrukken van het papier wordt de inkt gedroogd in droogovens die werken op aardgas. Bij dat droogproces op hoge temperatuur komen vluchtige organische stoffen (VOS) vrij, vooral minerale oliën uit de inkten maar ook andere stoffen afkomstig uit de additieven en de wasmiddelen die eigen zijn aan dit drukprocédé.

Om de schadelijke uitstoot van deze vrijkomende dampen aan te pakken, worden deze dampen 'naverbrand'. Tot enkele jaren terug gebeurde dat in een centrale naverbrandingsinstallatie, die zo louter gezuiverde afvalgassen kon emitteren via één schoorsteen. In november 2020 werd echter een nieuwe pers met een geïntegreerde naverbrander, die de vrijgekomen dampen in de machine zelf naverbrandt, in gebruik genomen. De voordelen zijn legio: door de solventhoudende dampen als brandstof te gebruiken, is er minder gas nodig, en de solventen hoeven niet langer afgevoerd te worden naar een centrale naverbrander die bovendien met reeds afgekoelde dampen aan de slag moest. Wel telt elke oven nu een schoorsteen.

Naast de geleide uitstoot (de uitstoot die bv. via een schoorsteen naar buiten wordt geleid) is er ook sprake van diffuse uitstoot, uitstoot door verdamping in de ruimte. (toelichting m.b.t. de berekening van de diffuse emissies staat onder 5.2.2.2)

Roularta Media Group berekende dat 40% van de diffuse uitstoot mee verbrand wordt door middel van de luchtaanzuiging van de droogovens.

Het resultaat is een significante daling van het gasverbruik én een vermindering van de CO₂-uitstoot van dat gasverbruik. Een cruciale voorwaarde daarbij is dat de luchtemissie van de nieuwe pers de vorige luchtemissie niet mocht overvleugelen, maar dat bleek allerm minst het geval. Daarom werd beslist om de droogovens van de drie andere persen eveneens te vervangen door exemplaren met een geïntegreerde naverbrander. Dit gebeurde in de loop van 2023, met ingebruiknames op de volgende momenten:

- Pers 1 op 1 augustus 2023
- Pers 2 op 19 december 2023
- Pers 3 op 9 december 2023

Gezien de data van ingebruikname is het niet abnormaal dat de positieve impact op het gasverbruik pas volledig duidelijk werd in 2024.

5.2.2. E2-1: BELEID TEN AANZIEN VAN VERONTREINIGING

Het uitwerken van het emissiebeleid binnen de productie- en kantooromgeving van Roularta Media Group is zo pragmatisch mogelijk aangepakt om wettelijke conformiteit te garanderen en tevens een duurzame impact te realiseren. In eerste instantie vond een grondige inventarisatie en analyse van de mogelijke emissiebronnen plaats, in overleg met interne en externe betrokkenen.

Bovendien is er op regelmatige basis een overleg met het overkoepelend wijkcomité van de vier betrokken wijken. In principe gebeurt dit jaarlijks of volgens noodzaak. Tijdens een wijkoverleg is ook de stad Roeselare vertegenwoordigd.

Daarnaast is er ook tussentijds overleg wanneer nodig met de contactpersonen.

Emissies kunnen tijdens het overleg ook aan bod komen maar vormden tot op heden nooit een probleem.

5.2.2.1. WETGEVING

Industriële bedrijven moeten voldoen aan regionale en nationale milieuwetgeving én aan internationale afspraken zoals de EU-richtlijnen voor luchtkwaliteit. De implementatie van een goed beleid vergt dan ook preventieve maatregelen om emissies aan de bron te minimaliseren.

Voegen we hieraan toe dat die normering zelf ook steeds strenger wordt.

5.2.2.2. MONITORING EN RAPPORTAGE

Daarnaast moet het beleid worden ondersteund door een monitoring- en rapportagesysteem. Regelmatige metingen van emissies maken opvolging mogelijk, zodat kan worden bijgestuurd waar nodig. Door deze cijfers te communiceren, kiest Roularta Media Group voor een transparant en geloofwaardig beleid. Op gebied van luchtemissies zijn er enerzijds de geregelde metingen en analyses op de geleide emissiepunten en anderzijds een onderbouwde berekening van de diffuse emissie. Beide zaken staan uitvoerig omschreven in de solventenboekhouding.

Deze berekening van de diffuse emissie is gebaseerd op de resultaten van een studie, uitgevoerd door het VITO i.s.m. Sitmae Consultancy, in opdracht van Aminal, Afdeling Algemeen Milieubeleid: 'Solventrichtlijn en de Grafische sector'. In deze studie wordt o.a. een opzet van een solventboekhouding voor de sector van de heatsetrotatie voorgesteld. Deze is onder meer gebaseerd op 'sectorkengetallen' om verdamping e.d. in te schatten. Deze kengetallen worden geacht representatief te zijn voor de sector.

Volgens de wettelijke bepalingen vanuit Vlarex zijn de geleide emissiemetingen voor de naverbranders jaarlijks tenzij het resultaat hoger ligt dan 50% van de norm want dan moet het halfjaarlijks.

De relevante diffuse emissies zijn de niet afgevangen emissies van vochtwateradditieven en van de reinigingsmiddelen. De hoeveelheden worden berekend aan de hand van de gebruikte hoeveelheden vochtwateradditieven en reinigingsmiddelen. Daarvan wordt berekend hoeveel solvent aanwezig is en hoeveel van deze aanwezige solvent wordt afgevoerd als afval. Van de hoeveelheid die overblijft wordt berekend hoeveel er werd afgevoerd naar de naverbranding (op basis van ventilatie

luchtgroepen enerzijds en afzuig aan de machine anderzijds). Wat overblijft – en dus niet eindigt als afval of terechtkomt in de naverbrander – is de diffuse uitstoot.

Merk op dat de metingen in de eerste plaats dienen als leidraad voor mogelijke aanpassingen en verbeteringen.

Stel dat er zich een technisch probleem voordoet dat zou kunnen leiden tot verhoogde emissies dan treden andere maatregelen in actie. Stel dat een naverbranderinstallatie zou uitvallen, dan valt de betrokken pers ook uit. Op vandaag is dat voor de magazinepersen één op één (elke pers heeft een onafhankelijke oven) maar tot vóór de oven-switch vielen de 3 persen uit bij een probleem met de grote naverbrander. Het beleid en de aanpak voor dergelijke incidenten is altijd en nog steeds klaar en duidelijk dat er geen on-naverbrande uitstoot mag zijn. De goede verstandhouding met de burens en de zorg voor het milieu zijn daarvoor veel te belangrijk.

Deze technische ingreep waarbij de persen automatisch uitvallen draagt er uiteraard toe bij dat er geen incidenten meer zijn waarbij mogelijks on-naverbrande lucht naar buiten zou kunnen ontsnappen.

5.2.2.3. BEWUSTWORDING

Maar ook bewustwording speelt een belangrijke rol. Training van personeel en gerichte informatiecampagnes vergroten het inzicht in de voordelen van emissiereductie en de praktische stappen die nodig zijn om die te realiseren, wat ook het interne draagvlak voor het beleid versterkt.

5.2.2.4. DUURZAAMHEIDSDOELEN

Tot slot is het essentieel om het emissiebeleid te integreren in de bredere duurzaamheidsdoelen. Eén van de Sustainable Development Goals (SDG's) die Roularta Media Group sinds een aantal jaren nastreeft en monitort, is SDG 13 (klimaatactie). Het bedrijf kiest hierbij resoluut voor een duurzamer energie- en grondstoffenbeleid en streeft zo naar een significant kleinere ecologische voetafdruk, in het bijzonder CO₂-neutraliteit in 2040 voor scope 1 en scope 2.

5.2.2.5. INTEGRALE AANPAK

Een doordacht emissiebeleid binnen een industriële omgeving vereist een integrale aanpak, waarbij technische oplossingen, regelgeving en sociale betrokkenheid hand in hand gaan. Door continu te evalueren en bij te sturen, blijft het beleid effectief en toekomstbestendig.

Inzake wettelijke conformiteit verwijzen we naar een aantal aangiftes en rapporteringen:

- IMJV (integraal milieujaarverslag, jaarlijks in te sturen naar de bevoegde Vlaamse overheid): voor de site Roeselare zijn er rubrieken rond emissiewaarden (voor lucht en water), afvalstoffengegevens, de waterbalans en het energieverbruik
- Opstellen van een solventenboekhouding (jaarlijks, t.b.v. Vlaamse overheid)

In het jaarverslag van de milieucoördinator worden alle zaken samengebracht en samengevat. Dit verplicht document wordt jaarlijks doorgenomen in het Comité voor Preventie en Bescherming op het Werk (CPBW) tijdens de overlegmeeting van april.

5.2.3. E2-2: MAATREGELEN EN MIDDELEN WAT BETREFT VERONTREINIGING

Zoals reeds aangehaald vergt de implementatie van een goed beleid preventieve maatregelen om emissies aan de bron te minimaliseren. Een niet onbelangrijke maatregel is een efficiënter gebruik van grondstoffen. In het kader van luchtmissies spreken we dan vooral over een efficiënt gebruik van de heatset-inkt. Zo kan je je bijvoorbeeld afvragen of het drukken van 'zwart' het gevolg is van een mengeling van de vier kleuren of enkel van het gebruik van 'zwarte' inkt.

Naast een efficiënt gebruik van de grondstoffen zijn er ook de noodzakelijke beheersmaatregelen zoals filters en rookgasreiniging. Door te investeren in nieuwe technologieën, kan de emissie vaak ook structureel verminderen en zo zorgen voor een positief effect op het milieu én kostenbesparingen opleveren op lange termijn. Een voorbeeld hiervan is de stelselmatige vernieuwing van de naverbranders door betere installaties.

5.2.4. E2-3: DOELEN WAT BETREFT VERONTREINIGING

Qua concrete doelstellingen op vlak van emissies vertrekt Roularta Media Group bij het gegeven dat de

materiële risico's zich situeren binnen het drukkerijgebeuren en bij de vele wettelijke normen. De onderneming heeft haar doelstellingen rond emissies dan ook geformuleerd in functie van de emissies zelf en niet gericht op de stoffen die kunnen leiden tot die emissies. Deze doelen zijn jaarlijks terugkerende doelen en zijn bijgevolg niet gericht op het bereiken van een target tegen een bepaalde tijd. Roularta Media Group vertrekt van het gegeven dat elk jaar opnieuw dient gestreefd te worden naar het best mogelijke resultaat op het vlak van emissies. Er is bijgevolg ook geen bijzonder actieplan gebaseerd op het bereiken van een termijndoel in de toekomst. Het actieplan is gericht op de actuele dagdagelijkse opvolging van de emissies.

Daarbij wordt voortdurend gekeken welke potentieel betere technische oplossingen voorhanden zijn of welke duurzamere alternatieven kunnen worden gerealiseerd. Een mooi voorbeeld hiervan is het elimineren van isopropylalcohol (IPA). In het vochtwater bevinden zich meestal stoffen die de oppervlaktespanning beïnvloeden, zoals IPA en andere additieven. Deze vochtadditieven zorgen ervoor dat de flinterdunne waterfilm in het vochtwerk en op de drukplaat intact blijft, ondanks de hoge omwentelingssnelheid en druk. In het jaar 2021 (nadat er in de context van de COVID-19-pandemie heel veel vraag was naar IPA) slaagde Roularta Media Group erin het gebruik van IPA als vochtwateradditief volledig uit te schakelen. Omdat er ondertussen ook een nog betere en fijnere afstelling op de machines mogelijk is, was het niet nodig om ter vervanging een ander product te gebruiken.

Roularta Media Group kijkt in dit verband naar zowel de Europese als de Belgische en vooral Vlaamse wetgeving en baseert haar doelstellingen op het inktverbruik. Het inktverbruik is tenslotte de basis voor alle andere vluchtige organische stoffen (VOS), zoals vochtwateradditieven en reinigingsmiddelen. In deze is het niet onbelangrijk om op te merken dat niet alle solventen 'verdampen' en sommige solventen, die gewoon worden afgevoerd en nabehandeld (zie ook hoofdstuk E5), dus niet worden meegenomen in deze doelstelling.

Het is vooral Vlarem II (en sinds 9 december 2024 Vlarem III) dat aan de basis ligt van een aantal meetverplichtingen. Het zijn deze metingen die worden getoetst aan de wettelijke emissiegrenswaarden.

5.2.4.1. EMISSIEGRENSWAARDEN

De emissiegrenswaarde die Roularta Media Group tot op heden als doelstelling vooropstelt, is de verhouding tussen de totale emissiegrenswaarde en het inktverbruik uitgedrukt in een percentage. Niet enkel de geleide of de diffuse emissie wordt in rekening genomen maar de totale emissie en dat ten opzichte van het inktverbruik. Ongeacht of het inktverbruik zelf stijgt of daalt, moet altijd aan de emissiegrenswaarde worden voldaan.

Deze verhouding mocht tot 8 december 2024 niet hoger liggen dan 10%. Sinds 9 december 2024 is 4% het plafond, een spectaculaire normverstrenging met in één klap meer dan 60%. Toch heeft Roularta Media Group als doel minstens 50% beter te doen dan de norm, ofwel 5% vóór 9 december en amper 2% sindsdien.

Om het resultaat te berekenen worden de geleide emissies en de diffuse emissies opgeteld en dat resultaat wordt dan gedeeld door het totale inktverbruik.

We stellen vast dat het resultaat voor 2024 gelijk is aan 1,05%. Dat is nog steeds ruim onder de onder-tussen geldende Vlarem III norm van 4% en we behalen ook de doelstelling om het minstens 50% beter te doen dan de norm.

Merk op dat het resultaat van 2023 eveneens 1.05% bedroeg. We kunnen daaruit afleiden dat dit een zeer accurate indicator/doelstelling is want ze kijkt niet naar de absolute cijfers maar naar de verhouding tussen 2 relevante parameters. Met name enerzijds de emissies en anderzijds het inktverbruik.

5.2.5. E2-4: VERONTREINIGING VAN LUCHT, WATER EN BODEM

De metingen gebeuren door de interne dienst en worden bezorgd aan een extern bedrijf dat instaat voor het opstellen van de rapporteringen.

De metingen bestaan voornamelijk uit het bijhouden van de gebruikte volumes van producten. Deze worden jaar na jaar bijgehouden.

De belangrijkste productgroepen die worden bijgehouden zijn:

- Inkten
- Reinigingsmiddelen
- Vochtwateradditieven

Het aandeel van de reinigingsmiddelen bedraagt zo'n 10% van dat van de inkten, de vochtwateradditieven landen verhoudingsgewijs op 2,5%.

Zoals reeds aangehaald, verdampt niet alles. Waar dat bij inkten en vochtwateradditieven wel het geval is, verdampt slechts een derde van reinigingsmiddelen. De overige twee derde bestaat uit vervuild solvent dat wordt opgehaald of vermengd zit met andere afvalstoffen, zoals poetsdoeken, die eveneens worden opgehaald voor verdere verwerking.

Enkel vluchtige substanties (geleid of diffuus) vallen onder de noemer 'luchtemissie'. Opgevangen solvent niet. Hetzelfde geldt voor andere producten die een solventrest bevatten (bv. poetsdoeken). Omdat er voor deze stoffen en producten evenmin sprake is van een afzonderlijke berekening, komen ze niet aan bod in de solventboekhouding.

Water- en bodemverontreiniging zijn niet relevant voor Roularta Media Group en dus geen punt van discussie in dit rapport.

5.3. TOELICHTING EN RAPPORTERING M.B.T. E5 MATERIAALGEBRUIK, EEN CIRCULAIRE ECONOMIE EN AFVALSTROMEN

In dit hoofdstuk worden het materiaalgebruik, de circulaire economie en in het bijzonder de afvalstromen besproken.

5.3.1. E2 IRO-1

Tijdens de DMA-oefening werden de risico's van Roularta Media Group geëvalueerd in functie van duurzaamheid. Op basis van de scoring werd het gegeven afval in het drukproces en meer specifiek papierafval als een materieel gegeven beschouwd.

Op zich is dat niet verwonderlijk, aangezien bij het drukproces van magazines, hoe efficiënt dat ook verloopt, steeds een volume aan papier verloren gaat en rechtstreeks in de papierafvalstroom terechtkomt.

5.3.1.1. BRONNEN VAN PAPIERAFVAL

De volgende bronnen van papierafval zijn van tel:

- Het verlies van papier bij het voorbereiden van de papierbobijn aan de drukpers

De papierrollen worden bij de fabrikant ingepakt in een verstevigde beschermende verpakking. De medewerker die de papierrollen voorbereidt (de 'bobineur'), heeft een speciaal mes waarmee de verpakking verwijderd kan worden zonder te veel van het echte drukpapier te beschadigen. Deson-

danks gaat er altijd een klein aandeel papier verloren.

- Drukingschiet of opstartverlies bij het opstarten van de drukopdracht

Bij elke nieuwe drukopdracht moet de drukpers opnieuw op kleur komen, waardoor de eerste exemplaren nooit van voldoende hoge kwaliteit zijn. Het komt er in deze fase op aan om zo snel mogelijk de optimale kwaliteit te bereiken. Snelheid is werkelijk cruciaal omdat de drukpers zelf ook steeds sneller gaat draaien.

- Snijafval bij de afwerking

Bij het afwerken van een magazine worden de katernen verzameld in één magazine, dat dan nog langs drie zijden netjes 'gesneden' wordt. Snijafval is het gevolg en eveneens een belangrijke oorzaak van papierverlies.

Het verlies door drukingschiet en snijafval wordt bepaald door een aantal parameters, waaronder:

- De keuze van het papierformaat en de technische mogelijkheden van de drukpers
- De grootte van de oplage (het aantal exemplaren)
- De kwaliteit van het papier (kwaliteitsvol papier = minder papierbreuk = minder heropstart = minder papierverlies)

- Het gebruik van technologie, zoals het inline kleurmeetsysteem dat de kleur op de pers automatisch meet en er meteen gedrukt kan worden
- Onvoldoende bobijnrest

Uitzonderlijk gaat er ook papier verloren op het einde van het drukproces, wanneer wordt vastgesteld dat de rest die nog op de bobijn overblijft niet opnieuw ingezet kan worden.

Meestal wordt de bobijn opnieuw gestockeerd in het papiermagazijn en later hergebruikt. Bij heel specifieke papersoorten die op vraag van een klant werden ingezet, blijft de bobijn toch nog een tijd in stock, vooraleer deze te verkopen (in het slechtste geval als papierafval).

5.3.1.2. DRIE GROEPEN AFVAL

Papier is echter niet de enige vorm van afval. Dit hoofdstuk behandelt het totale volume aan afval, dat uiteenvalt in drie groepen:

- Het afval dat rechtstreeks het gevolg is van het drukproces (bv. papier, inktafval, ontwikkelvloeistof, oplosmiddelen, verpakkingen, ...)
- Het afval dat niet rechtstreeks het gevolg is van het drukproces en waarvan de hoeveelheid dus niet automatisch samenhangt met het volume drukwerk of drukorders (bv. ijzerafval van de oude droogovens, hout, batterijen, kabels, ...)
- Het afval van de burelen, inclusief het 'eenmalig afval' ten gevolge van bijvoorbeeld een verhuis van een kantoor of een afdeling of een vernietiging van documenten na hun wettelijke bewaartermijn. (bv. papier, gemengd stedelijk afval of voedingsafval en verpakkingsmateriaal.)

Roularta Media Group stelt alles in het werk om het volume aan afval zoveel mogelijk te beperken. Zo zijn overal in de drukkerij bordjes zichtbaar met daarop het opschrift: **papier is een kostbare grondstof**. Bij afvalbeheer is het tenslotte cruciaal dat medewerkers dagelijks herinnerd worden aan de doelstellingen van het bedrijf.

5.3.2. E5-1: BELEID TEN AANZIEN VAN MATERIAALGEBRUIK EN CIRCULAIRE ECONOMIE

Roularta Media Group hanteert het 3R-uitgangspunt: Reduce (verminderen), Reuse (hergebruiken) en Recycle (recycleren). Een beleid dat al vele jaren duidelijk tot uiting komt binnen verschillende geledingen van het bedrijf. Niet alleen in de drukkerij is dat beleid belangrijk maar ook in de kantooromgeving wordt dit beleid uitgerold. Zo is het aantal kantoorprinters gedaald, zijn de plastic bekertjes vervangen door stenen koffiekoppen, kennen de verwarming en koeling een optimale afstelling, kwamen er led-lampen in de plaats van gloeilampen, enz.

Omdat het afvalbeleid in dit opzicht ook veel breder is dan enkel de drukkerij ligt de eindverantwoordelijkheid hiervoor bij het Susco waardoor er voldoende aandacht is voor alle interne stakeholders.

5.3.3. E5-2: BELEID EN MIDDELEN INZAKE MATERIAALGEBRUIK EN CIRCULAIRE ECONOMIE

Op vlak van materiaalgebruik en de circulaire economie is het credo wellicht: geen beleid zonder middelen. Niet voor niets kopte de persmededeling van 17 september 2024:

“Roularta Printing investeert dit najaar in een extra energie-efficiënte installatie om magazines in duurzame papieren wikkels te verpakken. Met deze investering anticipeert de drukkerij van Roularta Media Group op de uitfasering van plastic verpakking en verstevigt ze haar positie als innovatieve, duurzame drukpartner voor binnen- en buitenlandse mediatitels.”

Daarmee werd verwezen naar een gespecialiseerd systeem voor het verpakken van magazines in papieren wikkels met een aanschafswaarde van 1,5 miljoen euro (Toelichting 15 in de jaarrekening–Machines).

Een bijzonder traject heeft te maken met de aluminium drukplaten. Roularta Media Group koopt deze drukplaten niet aan maar betaalt de leverancier voor het gebruik ervan. Op die manier voert het bedrijf ze niet af als afval en is het de leverancier die bij een levering ook de oude platen terug meeneemt voor recyclage. De fabricage van de platen valt wel onder E1 in scope 3, omdat Roularta Media Group dezelfde platen niet hergebruikt maar er nieuwe ontvangt.

Ook de warmterecuperatie bij de droogovens van de magazinepersen is een voorbeeld van circulariteit

waarbij zowel reduce (minder gas) als reuse (hergebruik warmte) aan bod komen. Om de warmte niet zomaar verloren te laten gaan, wordt ze ingezet voor het verwarmen van de burelen in Roeselare. De warmtewisselaars die nodig zijn om dat mogelijk te maken, werden geïnstalleerd bij het plaatsen van de nieuwe droogovens met geïntegreerde naverbranders.

Het product met de grootste impact in het kader van “recycle”, blijft echter het papier zelf. Al het papier dat Roularta Media Group gebruikt voor de eigen titels is FSC- en/of PEFC-gecertificeerd en bovendien 100% recycleerbaar.

En dan is er ook het bannen van plastic en het verduurzamen van de verpakking door het gebruik van paper wrap, wat een besparing oplevert van 30 kilometer plastic folie per 100.000 exemplaren. Hierbij beseft Roularta Media Group wel dat de medaille ook een keerzijde heeft en dat het produceren van het papier voor dit type verpakking in bepaalde omstandigheden meer CO₂-uitstoot veroorzaakt. Tegelijk is Roularta Media Group ervan overtuigd dat het precies in het kader van E5 absoluut noodzakelijk is om zoveel mogelijk plastic te vermijden. Het is dus zaak om een evenwicht te vinden tussen enerzijds de CO₂-uitstoot voor de productie van de verpakking en anderzijds de milieu-impact op vlak van afval en downstream-vervuiling.

Waar Roularta Media Group al in 2022 en 2023 de eerste stappen ondernam wat de vervanging van plastic betreft, zette deze trend zich

in 2024 door met titels als Libelle en Trends. Intussen zijn ook een aantal belangrijke nationale en internationale klanten, zoals The Economist, overgestapt op de papieren variant.

Een laatste maar daarom niet minder belangrijk item is natuurlijk geheel van genomen maatregelen van de voorbije jaren in het kader van het optimaliseren van de afvalverzameling, -stockage en -ophaling. In dat licht stelde Roularta Media Group een overzicht op van alle afvalstromen, recipiënten, afhaalplaatsen en vereist intern transport, om zo een afval- en actieplan voor de organisatie van een efficiënt afvalpark te bekomen. Dit alles heeft de voorbije jaren geleid tot:

- Afvaleilanden in de productieomgeving, met onder meer vaste plaatsen voor houders en signalisatieborden met duidelijke kleurencodes
- PMD- en papierverzamelpunten, ook in de kantooromgeving
- Andere recipiënttypes voor specifieke afvalstromen
- Een perscontainer met kipinrichting en geschikte rolcontainers
- Extra containers in het afvalpark
- Een overdekte opstelling voor KGA en andere kleiner afval (bv. lampen, lege bidons, ...)
- Een ruime, veilige wisselplaats voor containers en een geluidsberm die de lawaaihinder inperkt
- Automatisatie afvoer van de inschiet van drukpersen via een ondergrondse transportband

5.3.4. E5-3: DOELEN WAT BETREFT MATERIAALGEBRUIK EN CIRCULAIRE ECONOMIE

De doelstellingen inzake materiaalgebruik en de circulaire economie focussen enerzijds op de wetgeving en anderzijds op de aard en het gebruik van de grondstoffen.

Wat betreft het voldoen aan de geldende wetgeving gaat het om de wettelijke voorschriften rond het gebruik, maar ook om de regels met betrekking tot de rapportering over dat gebruik en het bijhorende afvalbeheer.

De voornaamste wetgeving omtrent afval zit vervat in het Besluit van de Vlaamse Regering van 17 februari 2012 tot vaststelling van het Vlaams reglement betreffende het duurzaam beheer van materiaalkringlopen en afvalstoffen (Vlarema).

In vb. artikel 4.3.2. staan de 29 afvalstromen vermeld die bedrijfsmatig selectief moeten ingezameld worden.

Maar daarnaast zijn er ook een aantal verplichte aangiftes zoals:

- IMJV (integraal milieujaarverslag), jaarlijks tegen 15 maart in te dienen bij de bevoegde Vlaamse overheid
- Aangifte van de afvalwaterparameters (debiet en vuillast) in functie van de jaarlijkse heffing, in te dienen bij VMM
- Aangifte van verpakkingsafval van de secundaire en tertiaire verpakkingen bij IVcie (via Val-I-Pac): - Preventieplan Verpakking t.b.v. IVcie, via sectorfederatie Febelgra. 3-jarenplan met jaarlijkse evaluatie door Febelgra/

Fedustria.

- Bijhouden van afvalstoffenregister met de gegevens van alle afvalophalers en -verwerkers
- Bijhouden van register van periodiek onderhoud of vereiste EDTC-controles op basis van milieuvoorschriften (bv. tweejaarlijkse controle op de kathodische bescherming van ondergrondse afval tanks)

Al deze verplichtingen vormen een eerste drijfveer om gericht een aantal zaken bij te houden of uit te voeren wat afvalstoffen betreft.

Wat betreft de doelstellingen rond de aard en het gebruik van de grondstoffen werden een aantal specifieke targets bepaald (zie ook hoofdstuk 2):

- Al het papier voor eigen activiteiten moet PEFC- of FSC-gecertificeerd zijn
- Al de inkt moet Blue Angel-gecertificeerd zijn
- Minstens 80% van het papier moet worden aangekocht bij leveranciers die SBTi-gecertificeerd zijn
- Minstens 50% van de inkt moet worden aangekocht bij leveranciers die SBTi-gecertificeerd zijn

De resultaten van bovenstaande doelstellingen zijn te vinden onder hoofdstuk 3 "Resultaten targets en KPI's 2024".

Op het vlak van recycleerbaarheid werden tot op heden geen concrete targets bepaald maar uit de cijfers die in het hoofdstuk hierna worden besproken blijkt dat meer

dan 95% van de materiaaluitstromen gerecycleerd wordt.

Bovendien noteren we dat het 'gevaarlijk' afval beperkt is tot minder dan 1% van het totaal.

Wanneer we vergelijken met de voorgaande jaren dan is dat eigenlijk een constante.

Tot slot ligt de focus qua afvalbeheer minder op niet-gevaarlijke materialen, omdat die gepaard gaan met niet-gevaarlijk afval maar vooral op gevaarlijk afval en de mogelijke impact daarvan op het milieu. Het is ook niet verwonderlijk dat binnen de scope 3.5. 'uitstoot als gevolg van de verwerking productieafval' het grootste aandeel in emissies niet afkomstig is van papier maar wel van de andere soorten afval.(zie hoofdstuk 5.1.9.1.8)

5.3.5. E5-5: MATERIAALUITSTROMEN

Hiernaast de tabel met het overzicht afval uit eigen operaties uitgedrukt in ton.

Voor de berekening van de hoeveelheid werd gebruik gemaakt van de concrete data van de ophalingen door de diverse leveranciers met uitzondering van het kantoor Sint-Denijs-Westrem (Kortrijksesteenweg 104) waarbij gebruik werd gemaakt van een proportionele berekening vertrekkend van het volume afval van de kantoren van BMC (Raketstraat 40, Haren) en met uitzondering van het afval voor de Duitse burelen waar geen specifiek data werd gebruikt maar werd gewerkt met een aanname op basis van FTE ten opzichte van Roularta Media Nederland (om geen vertekend beeld te krijgen ten gevolge van de drukkerij-activiteiten)

OVERZICHT UIT EIGEN OPERATIES
HOEEVEELHEDEN IN TON

Gevaarlijk afval toegeleid naar verwijdering		59,56
	voor verbranding	13,97
	voor stort	0,00
	voor andere behandeling	45,58
Gevaarlijk afval dat werd omgeleid van verwijdering		7,04
	voor voorbereiding hergebruik	0,22
	voor recycling	6,82
	voor andere nuttige toepassing(en)	0,00
Niet-gevaarlijk afval toegeleid naar verwijdering		364,58
	voor verbranding	100,17
	voor stort	1,58
	voor andere behandeling	262,83
Niet-gevaarlijk afval dat werd omgeleid van verwijdering		8630,94
	voor voorbereiding hergebruik	3,48
	voor recycling	8627,46
	voor andere nuttige toepassing(en)	0,00
Totale hoeveelheid niet-gerecycleerd afval		427,84
Percentage niet-gerecycleerd afval		4,72
Totale hoeveelheid gerecycleerd afval		8634,28
Totale hoeveelheid gevaarlijk afval		66,60
Totale hoeveelheid radioactief afval		0,00
Totale hoeveelheid niet-gevaarlijk afval		8995,52
Algemeen totaal		9062,12

Wanneer we de materiaaluitstroom van Roularta Media Group een beetje meer in detail bekijken volgens de drie groepen afval die we beschreven in hoofdstuk 5.3.1.2 hierboven en de cijfers van de tabel 'vertalen' naar die drie groepen dan kunnen we de volumes als volgt opdelen:

- Uitstroom rechtstreeks gelieerd aan drukkerij-productie volume: meer dan 94%
- Uitstroom drukkerij-activiteit maar onafhankelijk van productie: iets meer dan 2%
- Uitstroom burelen: minder dan 5%

Wanneer we kijken naar het soort afval, dan vallen eigenlijk maar twee cijfers op:

- In de eerste plaats papier dat goed is voor meer dan 95% van het niet-gevaarlijk en recycleerbaar afval. Voor de oorzaak van dit grote volume aan papierafval: zie hoofdstuk 5.3.1.1 hierboven.
- En in de tweede plaats het 'gevaarlijk afval' dat slechts 0,73% vertegenwoordigt van het totaal afvalvolume.

We kunnen bijgevolg besluiten dat Roularta Media Group, omwille van de aard van haar drukkerij-activiteiten een niet onbelangrijke hoeveelheid 'afval' genereert maar bij nader inzien bestaat dit hoofdzakelijk uit papier (zie ook hiervoor hoofdstuk 5.3.1.1 'bronnen van papierafval') en bovendien wordt meer dan 95% van dat afval gerecycleerd.

6. S = SOCIAL

6.1. TOELICHTING EN RAPPORTERING M.B.T. SOCIALE AANGELEGENHEDEN: S1 - EIGEN PERSONEEL

In dit hoofdstuk komen de sociale aspecten van het ESG-model aan bod. Dat luik kent vier onderdelen:

- S1: het eigen personeel
- S2: het personeel in de waardeketen (voornamelijk de leveranciers)
- S3: de maatschappij in het algemeen (vooral groepen, culturen en gemeenschappen)
- S4: consumenten en eindgebruikers, een groep die bij Roularta Media Group uiteenvalt in B2B-kanten (opdrachtgevers, adverteerders, ...) en B2C-kanten (lezers, surfers, kijkers, luisteraars, ...)

De DMA situeerde de aandachtspunten voor Roularta Media Groep vooral onder de onderdelen S1 en S4, met een bijkomend entiteitspecifiek item voor S3.

6.1.1. SBM-3: MATERIËLE IMPACTEN, RISICO'S EN KANSEN EN DE WISSELWERKING MET STRATEGIE EN BUSINESSMODEL

Uit de dubbele materialiteitsanalyse bleek dat de thema's 'diversiteit' en 'het aantrekken en behouden van werknemers' materieel zijn voor het volledige personeelsbestand van Roularta Media Group, en dus niet louter voor bepaalde (minderheids)groepen of specifieke activiteiten binnen de organisatie.

Het vaste personeelsbestand van Roularta Media Group telt per 31 december 2024 1268 mensen over België en Nederland. Daarnaast doet Roularta Media Group een beroep op freelancejournalisten, -grafici en -fotografen voor het aanleveren van kwalitatieve content in België en Nederland.

6.1.1.1. IMPACT TRANSITIEPLANNEN

De verwachting op heden is dat de transitieplannen gericht op het verminderen van negatieve milieueffecten, het vergroenen van activiteiten en het realiseren van klimaatneutraliteit (E1) geen materiële gevolgen zullen hebben voor het eigen personeel.

6.1.1.2. INCLUSIEF PERSONEELSBELEID

Roularta Media Group hanteert een inclusief personeelsbeleid met als doel talentvolle medewerkers¹ aan te trekken en aan boord te houden. De onderneming is ervan overtuigd dat een representatief personeelsbestand haar het beste wapent tegen de uitdagingen van een zeer competitieve mediawereld. Tegelijk krijgt het principe van diversiteit op zich veel aandacht, waarbij het tevens streeft naar een efficiënte samenwerking in een context van persoonlijke verschillen. Die basisfilosofie speelt niet alleen een rol bij de instroom van nieuwe medewerkers, maar ook bij de verdere doorstroom, groei en ontwikkeling van de huidige personeelsleden. Roularta Media Group weet dat een divers en inclusief personeelsbeleid leidt tot meer motivatie, betere performantie en duurzame vooruitgang.

¹ Onder medewerkers worden verstaan: personen met een arbeidscontract, stagiairs, uitzendkrachten en freelancers.

In het kader van de huidige 'war for talent' is het essentieel dat Roularta Media Group zich onderscheidt als een aantrekkelijke werkgever. Het aantrekken en behouden van talentvolle werknemers is cruciaal voor het mediabedrijf en dat om verschillende redenen.

Allereerst zorgt een sterk en getalenteerd team voor de creatie van hoogwaardige journalistieke producten en mediaproducten, wat de concurrentiepositie versterkt en groei en innovatie mogelijk maakt. Talentvolle medewerkers brengen nieuwe ideeën en perspectieven aan die essentieel zijn om de strategische wendbaarheid en capaciteit om in te spelen op veranderende marktomstandigheden en technologische ontwikkelingen te garanderen.

Daarnaast draagt een hoge retentiegraad bij tot een stabiele en productieve werkomgeving. Het terugdringen van personeelsverloop helpt om de kosten van werving en training van nieuwe medewerkers te minimaliseren. Dit stelt Roularta Media Group in staat om meer te investeren in de ontwikkeling en het welzijn van de huidige medewerkers, wat hun betrokkenheid en tevredenheid verder vergroot. Een betrokken en tevreden team leidt tot een hogere productiviteit, betere samenwerking en uiteindelijk betere resultaten voor het bedrijf.

Het aantrekken en behouden van talentvolle werknemers is dus niet alleen een operationele noodzaak, maar ook een strategische prioriteit die bijdraagt aan de groei, innovatie en duurzaamheid van het mediabedrijf. Het biedt Roularta Media Group de kans om haar doelen

te bereiken en haar missie te vervullen, terwijl ze een positieve impact heeft op haar medewerkers en de bredere gemeenschap.

6.1.2. S1-1: BELEID TEN AANZIEN VAN EIGEN PERSONEEL

Roularta Media Group hecht veel belang aan het waarborgen van de rechten en het welzijn van haar medewerkers. Ze erkent de fundamentele mensenrechten zoals vastgelegd in de UN Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs), in de Verklaring van de Internationale Arbeidsorganisatie (IAO) inzake fundamentele principes en rechten op het werk, en in de OESO-richtlijnen voor Multinationale Ondernemingen.

6.1.2.1. BASISAFSPRAKEN

Deze principes vormen de basis van het beleid en de bedrijfsvoering van Roularta Media Group. De basisafspraken zijn opgenomen in het arbeidsreglement, alsook voor België in een globaal preventieplan en voor Nederland in een risico-inventarisatie. Een belangrijk onderdeel zijn de beleidslijnen met betrekking tot de klokkenluidersprocedure, conform de Europese richtlijn 2019/1937 en aangevuld met het beleid rond vertrouwenspersonen. De verantwoordelijkheid voor de uitvoering van dit beleid ligt bij het executive management committee bestaande uit de CEO, de COO, de voorzitter, de directeur Human resources en de CFO. Dit beleid geldt voor alle medewerkers².

6.1.2.2. KLOKKENLUIDERSPROCEDURE EN VERTROUWENSPERSONEN

Bij Roularta Media Group wordt de klokkenluidersprocedure en het systeem met vertrouwenspersonen, die vaste medewerkers van de organisatie zijn, gezien als cruciale instrumenten

voor het waarborgen van een veilige en respectvolle werkomgeving waarin medewerkers zich gesteund voelen om problemen of misstanden te melden.

Zo onderstreept Roularta Media Group haar toewijding aan het respecteren en het beschermen van de mensenrechten van al haar medewerkers en haar streven naar een inclusieve en rechtvaardige werkcultuur. Deze aanpak draagt dan ook direct bij aan de essentiële pijlers van het mensenrechtenbeleid:

6.1.2.2.1. EERBIEDIGING VAN MENSENRECHTEN EN ARBEIDSRECHTEN

De klokkenluidersprocedure biedt medewerkers een vertrouwelijk en toegankelijk kanaal om zorgen te uiten over mogelijke schendingen van mensen- of arbeidsrechten. Vertrouwenspersonen spelen hierbij een sleutelrol door te luisteren, te ondersteunen en passende vervolgstappen te coördineren, wat zorgt voor een directe bescherming en handhaving van de rechten van alle medewerkers.

6.1.2.2.2. BETROKKENHEID VAN MEDEWERKERS

Door vertrouwenspersonen uit het eigen personeelsbestand aan te stellen, versterkt Roularta Media Group de verbinding met haar mede-

werkers. Deze vertrouwenspersonen fungeren als laagdrempelige contactpunten die een brug slaan tussen het personeel en het management. Dit bevordert de dialoog en geeft medewerkers een actieve stem in het verbeteren van arbeidsomstandigheden en mensenrechtenpraktijken.

6.1.2.2.3. HERSTELMAATREGELEN VOOR MENSENRECHTENIMPACT

De combinatie van een goed functionerende klokkenluidersprocedure en de inzet van vertrouwenspersonen maakt het mogelijk om snel te reageren op mogelijke schendingen van mensenrechten binnen de organisatie. Door gerichte acties te ondernemen en herstelprocessen te faciliteren, waarborgt Roularta Media Group dat eventuele negatieve impact op medewerkers tijdig wordt aangepakt en waar nodig hersteld.

6.1.2.2.3. DISCRIMINATIEBELEID

Naast het klokkenluidersbeleid beschikt Roularta Media Group over een specifiek beleid om discriminatie (met inbegrip van intimidatie) uit te bannen en gelijke kansen te stimuleren. Het HR-departement is verantwoordelijk voor de onderteekening van het 'duurzaamheid Happie engagement' door elke werknemer. Hierbij verklaart de werknemer om mee te bouwen aan een betere

wereld voor morgen, onder het motto 'One Team, One Family, One Planet'. De werknemer erkent zich te gedragen volgens de HAPPIE-principes, waarbij elke letter staat voor een uniek aspect van de bedrijfscultuur. De letter A bestrijdt discriminatie in de breedste zin van het woord: ras en etnische afkomst, huidskleur, gender, seksuele geaardheid, genderidentiteit, beperking, leeftijd, religie, politieke overtuiging, nationale afkomst of sociale afkomst, of andere vormen van discriminatie die onder Uniewet- en -regelgeving en nationale wetgeving vallen.

6.1.2.2.4. AANTREKKELIJKE WERKGEVER

Roularta Media Group profileert zich als een aantrekkelijke werkgever via een breed scala aan initiatieven: Roularta Media Group Ambassadeurs, een zorgvuldig uitgewerkt onboarding-proces, Fun@Work-activiteiten, Roularta Media Group Academies en de HAPPIE-principes gericht op zinvolle bijdragen, respect, vertrouwen, initiatief en innovatie. Door deze elementen centraal te stellen in zijn personeelsbeleid, slaagt het bedrijf erin niet alleen toptalent aan te trekken, maar ook een werkomgeving te creëren waarin medewerkers zich thuis voelen en optimaal kunnen groeien binnen de organisatie. Dit engagement zag zich vertaald in een mooie erkenning: in 2024 werd Roularta Media Group door Randstad Research uitgeroepen tot meest aantrekkelijke werkgever van West-Vlaanderen en behaalde het de 8ste plaats in Vlaanderen.

Belangrijk om weten is dat er vandaag geen sluitende uniformiteit is tussen de procedures en beleidslijnen in België en in Nederland. De voornaamste oorzaak schuilt in de aanwezigte

² Onder medewerkers worden verstaan: personen met een arbeidscontract, stagiairs, uitzendkrachten en freelancers.

cultuurverschillen (en uiteraard in de wettelijke verschillen en in het feit dat een aantal beleidslijnen ook de goedkeuring van de ondernemingsraad vergen, geen evidentie in het licht van die cultuurverschillen). Het is dus perfect mogelijk dat de afspraken omtrent thuiswerk in België fundamenteel verschillen van de afspraken rond hybride werken in Nederland. Hoe dan ook bestaan zowel in België als in de Nederland de nodige procedures om te waarborgen dat het welzijn van het eigen personeel centraal staat.

6.1.2.5. INTRANET

De procedures en beleidslijnen worden via de intranetpagina en in verschillende talen beschikbaar gesteld aan de medewerkers. Ook worden ze op de hoogte gebracht van deze beleidslijnen door middel van diverse trainings- en communicatie-initiatieven.

6.1.3. S1-2: PROCESSEN OM MET EIGEN PERSONEEL EN WERKNEMERSVERTEGENWOORDIGERS TE OVERLEGGEN OVER IMPACTEN

De open en transparante bedrijfscultuur van Roularta Media Group bevordert een sterke betrokkenheid van haar medewerkers. Daarbij is plaats voor zowel informele als formele communicatie, met in het informele luik frequente één-op-één-gesprekken tussen managers en medewerkers, teamvergaderingen en andere overlegmomenten. Op formeel vlak verzamelt het HR-departement op gestructureerde wijze feedback, via de jaarlijkse medewerkerstevredenheidsenquête, een specifieke enquête over het onboarding-proces en een suggestiebox waarin medewerkers vrijuit uiteenlopende onderwerpen kunnen aankaarten.

Deze mix van open communicatie en regelmatige feedback stelt Roularta Media Group in staat om voortdurend in te spelen op de behoeften en ideeën van haar medewerkers en de werkomgeving te optimaliseren. De verantwoordelijkheid voor deze overlegvormen berust bij de directeur Human resources.

Elke derde donderdag van de maand voorziet Roularta Media Group een Catch-Up. In deze webinar krijgt de medewerker een stand van zaken over lopende projecten en kan de medewerker hier ook vragen over stellen.

De processen omtrent loopbaanontwikkeling bevorderen check-ins tussen managers en medewerkers. Er worden jaarlijks reflectiegesprekken georganiseerd, met daarin aandacht voor de groei, prestaties en toekomst van de medewerkers. Tot slot overlegt Roularta Media Group maandelijks met de ondernemingsraden.

6.1.4. S1-3: PROCESSEN VOOR HERSTEL VAN NEGATIEVE IMPACTEN EN KANALEN VOOR EIGEN PERSONEEL OM ZORGEN KENBAAR TE MAKEN

Roularta Media Group zet zich in voor waardig werk, zoals beschreven in SDG 8, en creëert een veilige werkomgeving waarin medewerkers zich gehoord en gesteund voelen.

Medewerkers kunnen eventuele zorgen anoniem melden via de klokkenluidersprocedure, waarbij interne vertrouwenspersonen (die zijn gebonden door confidentialiteit) een belangrijke rol spelen om de drempel tot melden te verlagen. De interne vertrouwenspersonen bekleden geen managementfunctie, wat bijdraagt aan de toegankelijkheid voor medewerkers.

6.1.4.1. WAT IS KLOKKENLUIDEN?

De definitie van klokkenluiden luidt als volgt: "Het bekendmaken door huidige of voormalige medewerkers van illegale, immorele of niet-legitieme praktijken in een werkgerelateerde context die onder de controle vallen van hun werkgever of opdrachtgever."

6.1.4.2. ONDERSTEUNING VOOR KLOKKENLUIDERS

Roularta Media Group erkent de waarde van klokkenluiders. Hun meldingen stellen het bedrijf in staat om wangedrag actief op te sporen, te onderzoeken en maatregelen te nemen om dergelijke praktijken in de toekomst te voorkomen. Zonder deze meldingen zou dergelijk gedrag mogelijk onopgemerkt blijven.

6.1.4.3. MELDKANALEN

Het bedrijf moedigt medewerkers aan om wangedrag in eerste instantie te melden via de gebruikelijke hiërarchische kanalen, zoals hun directe leidinggevende of opdrachtgever. Als dit geen optie is, kunnen medewerkers terecht bij interne vertrouwenspersonen of de preventieadviseur psychosociaal welzijn (PAPS).

Ook meldingen via externe kanalen zijn mogelijk.

6.1.4.4. BESCHERMING VAN VERTROUWELIJKHEID

De identiteit van de klokkenluider en van de in de melding via een intern kanaal vernoemde betrokkenen (derde) partijen zal te allen tijde worden beschermd en vertrouwelijk worden gehouden.

6.1.4.5. RAPPORTERING EN OPVOLGING

De interne meldkanalen rapporteren minimaal eenmaal per jaar geanonimiseerd aan de preventiedienst. Deze rapportages omvatten een overzicht van de ontvangen meldingen, het onderzoek ervan en de genomen acties, zonder de identiteit van de betrokkenen prijs te geven. Alle meldingen, zowel formeel als informeel, worden opgenomen in het jaarverslag van de preventiedienst, inclusief de daaropvolgende acties. De meldingen in Nederland, afkomstig van een externe vertrouwenspersoon, worden jaarlijks geanonimiseerd opgenomen in de rapportage aan de organisatie.

Dit beleid is geïntegreerd in het arbeidsreglement. Door ondertekening van het reglement verklaren de werknemers van Roularta Media Group op de hoogte te zijn van deze richtlijnen.

6.1.5. S1-4: ACTEREN OP MATERIËLE IMPACTEN OP EIGEN PERSONEEL, EN BENADERINGEN OM WAT EIGEN PERSONEEL BETREFT MATERIËLE RISICO'S TE BEHEERSEN EN MATERIËLE KANSEN TE BENUTTEN, EN DE EFFECTIVITEIT VAN DIE MAATREGELEN

6.1.5.1. DIVERSITEIT

Roularta Media Group zet zich actief in voor een

inclusieve en diverse werkomgeving, waar alle medewerkers gelijke kansen krijgen om te groeien en te excelleren. Een inspirerend voorbeeld hiervan is Sidney Taverne, die met trots het motto 'Girl Power bij Roularta Printing' belichaamt. Op amper 19-jarige leeftijd maakt ze al deel uit van het vaste team aan de Lithoman 72. Studeren deed Sidney aan het VTI in Brugge, waarna ze afzwaaide in de richting Print Media. Haar verhaal illustreert het potentieel en de ambitie die Roularta Media Group graag ondersteunt: een jonge talentvolle vrouw die schittert aan de Roeselaarse drukpers.

Om diversiteit en inclusie verder te bevorderen, organiseert Roularta Media Group regelmatig *fun@work*-evenementen. Een voorbeeld is 'Een avondje met #Straffemadammen', een evenement op Internationale Vrouwendag gericht op vrouwen binnen de organisatie. Met dit soort acties blijft Roularta Media Group niet alleen streven naar een diverse werkvloer, maar ook naar een cultuur waarin iedereen zich gewaardeerd en betrokken voelt.

De inspanningen worden meetbaar gemaakt via concrete doelstellingen, zoals het organiseren van een minimum aantal *fun@work*-sessies (zie ook hoofdstuk S1-5).

Met het oog op 2025 engageert Roularta Media Group zich om de reeds geboekte vooruitgang verder te versterken. Het bedrijf blijft zich actief richten op het bevorderen van een diverse en inclusieve werkomgeving, waarin iedereen gelijke kansen krijgt om bij te dragen en te groeien.

6.1.5.2. AANTREKKEN EN BEHOUDEN VAN WERKNEMERS

De organisatie volgt een uitdagend innovatietraject (zie ook onderwerp Digitale innovatie) en wil haar positie als marktleider in het magazine-landschap blijven verzekeren. Daarom wordt sterk ingezet op digitalisering, innovatie en nieuwe verdienmodellen. Het aantrekken van nieuw talent en het stimuleren van medewerkers om zich verder te ontwikkelen in een aangename, familiale omgeving met aandacht voor welzijn, continue opleiding en respect voor elkaars eigenheid, zijn daarbij prioritair.

Om nieuw talent te vinden, lanceerde Roularta Media group in 2024 de employer branding-campagne 'Ready to create media with impact? Press to switch!', met de focus op jonge, digitale profielen die houden van een uitdaging. Hun – voornamelijk digitale – skills zijn broodnodig om samen met de IT-, data- en marketingteams te bouwen aan het medialandschap van morgen.

Een doordachte en goed uitgewerkte aanwervingsprocedure is cruciaal voor het aantrekken van talent. Klemtonen daarin zijn rekening houden met de volledige candidate journey, de betrokkenheid van de desbetreffende business unit en een professionele aanpak. Het onboarding-proces wordt jaarlijks geëvalueerd en waar nodig

bijgestuurd op basis van een tevredenheidsenquête. De tevredenheidsscore hiervan wordt gemonitord als een specifieke doelstelling (S1-5).

In 2024 werd een nieuw opleidingsinitiatief geïntroduceerd, waarbij elke bediende recht heeft op drie dagen training. Dat biedt meer kansen voor persoonlijke en professionele groei en geeft medewerkers de kans hun vaardigheden verder te ontwikkelen. Het aantal uren training geldt daarbij als een nauwkeurig op te volgen doelstelling. Aansluitend is ook het Erasmus-traject een uniek initiatief dat bijdraagt tot individuele groei en ontwikkeling. Hierbij krijgen de medewerkers de kans om een dagje mee te draaien op een andere afdeling.

Roularta Media Group investeert op continue basis in nieuwe faciliteiten voor haar medewerkers. Zo werd in oktober 2024 de nieuwe bar Jos in BMC officieel geopend. Dit is een multifunctioneel restaurant waar zowel eigen medewerkers als bezoekers van 's morgens tot 's avonds welkom zijn. Ingericht met een sanitair blok, een magazinedisplay, hoge tafels, ronde tafels en terrastafels, een projectiescherm, microgolfovens, een koffiebar en waterdispenser, is het de plek bij uitstek om te connecteren. In samenwerking met Food&I kunnen de medewerkers er bovendien rekenen op een eigen chef, die elke dag een dag-schotel op tafel tovert.

Om de impact van al deze acties te meten, wordt het aantal aanwervingen en de uitstroom jaarlijks geregistreerd en geanalyseerd.

Met het oog op de toekomst blijft de organisatie investeren in het ontwikkelen van de talenten en vaardigheden van haar medewerkers, zodat zij zich kunnen ontplooien en optimaal bijdragen aan het succes van de organisatie.

6.1.6. S1-5: DOELEN WAT BETREFT HET BEHEERSEN VAN MATERIËLE NEGATIEVE IMPACTEN, HET BEVORDEREN VAN POSITIEVE IMPACTEN EN HET BEHEERSEN VAN MATERIËLE RISICO'S EN KANSEN

Jaarlijks stelt het Sustainability Committee (Susco) concrete doelen vast om Roularta Media Group verder te laten groeien als duurzaam bedrijf. Dit comité bestaat uit elf gemotiveerde medewerkers, waaronder managers, leden van het Executive Management Committee, freelancers en personen met een arbeidscontract. Hierdoor wordt een diverse groep binnen het bedrijf vertegenwoordigd. Niet het volledige personeelsbestand is direct betrokken bij het formuleren van de targets. Het comité komt om de twee maanden samen. Tijdens deze bijeenkomsten worden duurzaamheidstargets geformuleerd, geëvalueerd en bijgesteld, afhankelijk van de prestaties van het bedrijf. Waar nodig worden verbeteringen voorgesteld om de duurzame ambities van de organisatie te versterken.

Voor 2024 zijn de volgende duurzaamheids-targets vastgesteld:

6.1.6.1. DIVERSITEIT

Over de hele organisatie vinden jaarlijks minstens vijftien verschillende fun@work-sessies plaats.

De fun@work-initiatieven ondersteunen een werkomgeving waarin samenwerking, diversiteit en inclusie centraal staan. De sessies zijn gericht op het versterken van de teamgeest en het welzijn van medewerkers, wat bijdraagt aan een positieve werkervaring en een sfeer van onderlinge ondersteuning en motivatie.

Deze doelstelling wordt jaarlijks geëvalueerd en zal over de jaren heen dezelfde blijven. Zie hoofdstuk 3 “Resultaten targets en KPI’s 2024” voor de resultaten.

6.1.6.2. AANTREKKEN EN BEHOUDEN VAN WERKNEMERS

- Nieuwe medewerkers in België geven het onboarding-proces een tevredenheidsscore van 90%³

Een positief onboarding-proces zorgt ervoor dat nieuwe medewerkers zich welkom en onderdeel van het team voelen, ongeacht hun achtergrond. Dat sluit enerzijds aan bij het streven van Roularta Media Group om een inclusieve werkplek te creëren, waar diversiteit wordt gevierd en discriminatie en pestgedrag actief worden bestreden, en anderzijds bij het streven naar werknemersretentie.

Deze doelstelling wordt jaarlijks geëvalueerd en zal over de jaren heen dezelfde blijven. Zie hoofdstuk 3 “Resultaten targets en KPI’s 2024” voor de resultaten.

Vanaf 2025 zal deze target worden uitgebreid naar Nederland.

- Per vaste werknemer in België bedraagt de opleidingsduur over een periode van drie jaar gemiddeld 18 uur.

Door in de professionele ontwikkeling van medewerkers te investeren, toont Roularta Media Group haar ambitie om ieders vaardigheden en kennis voortdurend te verbeteren. Zo gaat de werktevredenheid erop vooruit en worden medewerkers gemotiveerd om langer aan boord te blijven. Groeikansen gaan dan ook hand in hand met positieve werkervaringen en creëren een gevoel van waardering en steun.

Tegelijk is dit beleid een krachtig argument bij het aantrekken van nieuw talent, van mensen die op zoek zijn naar een werkgever die hun groei en loopbaanontwikkeling serieus neemt.

Zie hoofdstuk 3 “Resultaten targets en KPI’s 2024” voor de resultaten. 2022 geldt daarin als basisjaar. Vanaf 2025 zal de target worden uitgebreid naar Nederland.

6.1.6.3. OVERKOEPELENDE TARGETS

- Eén jaar na aanwerving is 90% van de vaste werknemers nog in dienst, twee jaar na aanwerving 80% en drie jaar na aanwerving 75%.

Deze doelstelling sluit naadloos aan bij het streven naar het behouden van werknemers.

Deze doelstelling wordt jaarlijks geëvalueerd en zal over de jaren heen dezelfde blijven. Zie hoofdstuk 3 “Resultaten targets en KPI’s 2024” voor de resultaten.

- De minimumscore van de jaarlijkse medewerkerstevredenheidsenquête bedraagt 75%.

Deze minimumdoelstelling is gebaseerd op de gemiddelde werknemerstevredenheidsscore in België (volgens onderzoek van SECUREX). Door deze maatstaf te hanteren, kan de organisatie objectief vaststellen of ze op het juiste niveau presteert.

De medewerkerstevredenheidsenquête wordt verstuurd naar alle medewerkers binnen Roularta Media Group. De vragenlijst, met ook specifieke vragen over de HAPPIE-principes, biedt waardevolle inzichten over hoe medewerkers hun werkomgeving ervaren en helpt bij het meten van de impact van het beleid en de initiatieven op vlak van diversiteit en inclusie.

De koppeling van de enquête met de HAPPIE-principes zorgt ervoor dat de resultaten direct aansluiten bij de kernwaarden van de organisatie en het beleid. Zo is het een waardevol instrument om de effectiviteit van genomen acties te evalueren en waar nodig verbeteringen door te voeren.

³ Onder medewerkers worden verstaan: personen met een arbeidscontract, stagiairs, uitzendkrachten en freelancers.

Deze doelstelling wordt jaarlijks geëvalueerd en zal over de jaren heen dezelfde blijven. Zie hoofdstuk 3 “Resultaten targets en KPI’s 2024” voor de resultaten. 73% heeft de enquête ingevuld.

6.1.7. S1-6: KENMERKEN VAN DE WERKNEMERS VAN DE ONDERNEMING

6.1.7.1. METHODOLOGIE EN ASSUMPTIES

Tenzij anders vermeld, worden alle gegevens in dit verslag gerapporteerd in functie van het aantal personeelsleden (= headcount) per 31 december 2024. De data hebben uitsluitend betrekking op werknemers met een arbeids-overeenkomst bij Roularta Media Group (zie ook hoofdstuk 4.3.1.2.4 van de algemene toelichtingen). Activiteiten die in 2024 zijn afgestoten, worden niet meegenomen in de rapportage.

De verdeling van werknemers per land of regio is gebaseerd op de juridische entiteiten die hen tewerkstellen. Het gender van een werknemer komt voort uit de zelf en via de identiteitskaart verstrekte informatie. De noemer van de berekening van het personeelsverloop is het totale personeelsbestand op 31 december 2024.

Bij de rapportage van werknemerskenmerken zijn geen schattingen toegepast.

Vergelijkende cijfers worden niet gerapporteerd, aangezien 2024 het eerste jaar is waarin Roularta Media Group rapporteert onder de CSRD-richtlijnen.

6.1.7.2. WERKNEMERSKENMERKEN

Aantal personeelsleden volgens gender

Gender	Aantal personeelsleden
Man	648
Vrouw	620
Overig *	0
Niet gerapporteerd	0
Werknemers (totaal)	1268

*Gender zoals opgegeven door de werknemers zelf

Aantal personeelsleden per land

Land	Aantal personeelsleden
België	1014
Nederland	254

Aantal personeelsleden volgens contractduur

Vrouw	Man	Overig *	Niet gerapporteerd	Totaal
Contract van onbepaalde duur (aantal personeelsleden)				
589	629	0	0	1218
Contract van bepaalde duur (aantal personeelsleden)				
31	19	0	0	50

*Gender zoals opgegeven door de werknemers zelf

Personeelsverloop

	2024
Personeelsleden die het bedrijf hebben verlaten (<i>exclusief afgestoten activiteiten</i>)	147
% totaal personeelsverloop	12%

In de geconsolideerde jaarrekening is het aantal FTE's te vinden. Omdat de afgestoten activiteiten daar wel deel uitmaken van de berekening en een FTE hoe dan ook niet hetzelfde is als een personeelslid (= headcount), is dat aantal niet één op één vergelijkbaar met de hierboven vermelde cijfers.

6.1.8. S1-9: DIVERSITEITSMATSTAVEN

6.1.8.1. METHODOLOGIE EN ASSUMPTIES

Tenzij anders vermeld, worden alle gegevens in dit verslag gerapporteerd in functie van het aantal personeelsleden (= headcount) per 31 december 2024. De data hebben uitsluitend betrekking op werknemers met een arbeidsovereenkomst bij Roularta Media Group (zie ook hoofdstuk 4.3.1.2.4 van de algemene toelichtingen). Activiteiten die in 2024 zijn afgestoten, worden niet meegenomen in de rapportage. Het gender van een werknemer komt voort uit de zelf en via de identiteitskaart verstrekte informatie.

Het 'hoger management' omvat alle leden van het managementteam, dat één niveau lager opereert dan het Executive Management Committee (zie hoofdstuk S1-1 voor de leden van het Executive Management Committee). In deze cijfers zijn zowel medewerkers met een arbeidsovereenkomst als zelfstandigen opgenomen.

Vergelijkende cijfers worden niet gerapporteerd, aangezien 2024 het eerste jaar is waarin Roularta Media Group rapporteert onder de CSRD-richtlijnen.

Genderverdeling op niveau van hoger management

Gender	Aantal medewerkers hoger management in aantal	Aantal medewerkers hoger management in %
Man	10	77%
Vrouw	3	23%
Overig *	0	0%
Niet gerapporteerd	0	0%
Medewerkers (totaal)	13	100%

*Gender zoals opgegeven door de werknemers zelf

Aantal personeelsleden per leeftijdsgroep

Leeftijd	Aantal personeelsleden
< 30 jaar	96
30-50 jaar	578
> 50 jaar	594
Werknemers (totaal)	1268

6.1.9. S1-17: INCIDENTEN, KLACHTEN EN ERNSTIGE IMPACTEN OP HET GEBIED VAN MENSENRECHTEN

6.1.9.1. METHODOLOGIE EN ASSUMPTIES

De data worden gerapporteerd over de periode van 1 januari tot en met 31 december. Afgestoten activiteiten maken geen deel uit van de rapportage.

Om de anonimiteit te garanderen, worden geen gegevens bijgehouden over de soorten interventies. Daardoor is het niet mogelijk om een opdeling te maken tussen interventies

gelinkt aan discriminatie en andere interventies.

Er wordt een onderscheid gemaakt tussen formele en informele interventies. Een formele interventie houdt in dat er een externe vertrouwenspersoon, preventieadviseur psychosociaal welzijn (PAPS) of een andere externe expert wordt ingeschakeld om de melding aan te pakken. Bij een informele interventie wordt de melding intern opgelost, zonder de tussenkomst van een externe specialist. In dit geval beoordeelt de interne vertrouwenspersoon dat het niet noodzakelijk is om externe hulp in te schakelen. Voor Nederland is er geen informatie beschikbaar over informele interventies, enkel over formele interventies.

2024	
Informele interventies	7
Formele interventies	1
Totale interventies	8

Er waren in 2024 geen schadevergoedingen noch geldboetes naar aanleiding van een melding. Tegelijk kan geconcludeerd worden dat er geen incidenten waren die te maken hadden met mensenrechten of het niet naleven van de UN Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs), de Verklaring van de Internationale Arbeidsorganisatie inzake fundamentele principes en rechten op het werk of de OESO-richtlijnen voor Multinationale Ondernemingen.

6.2. TOELICHTING EN RAPPORTERING M.B.T SOCIALE AANGELEGENHEDEN: S3- GETROFFEN GEMEENSCHAPPEN

Uit de dubbele materialiteitsanalyse (DMA) bleek dat de binnen de ESRS voorziene thema's rond het sociale luik 'getroffen gemeenschappen' niet relevant zijn voor Roularta Media Group. Op basis van de IRO's kwam voor het luik S3 echter wel een relevant entiteitsspecifiek aspect boven water, dat volgens de CSRD-regelgeving als bijkomende informatie moet worden gerapporteerd.

6.2.1. AANVULLENDE ENTITEITSPECIFIEKE INFORMATIE: BRAINPRINT EN COMMUNITY BUILDING

Naast de materiële topics binnen de scope van de ESRS-standaarden werden naar aanleiding van de materialiteitsanalyse en de risicoanalyse nog twee specifieke onderwerpen als materieel gescoord: brainprint & community building en digitale innovatie & IT-betrouwbaarheid. Uitermate belangrijke topics, die dan ook nauw samenhangen met de kern van het bedrijf.

'Brainprint & community building' past inhoudelijk het best onder 'S3 getroffen gemeenschappen'. De naam van dat luik is, gezien de negatieve connotatie van het woord 'getroffen', een ongelukkige vertaling van 'affected communities'. Omdat de

DMA hierbij wees op een entiteitsspecifiek aspect met een positieve impact op klanten en de maatschappij, is de noemer 'betrokken gemeenschappen' meer op zijn plaats. De gemeenschap actiever betrekken bij diverse elementen van duurzaamheid om op die manier ook aan community building te doen, is tenslotte de essentie van de beoogde brainprint.

6.2.2. IRO

Bijzonder is dat 'Brainprint & community building' zowel scoort op impact als op risico en opportuniteit.

6.2.2.1. IMPACT

Het gaat hierbij om de mate waarin Roularta Media Group op vlak van duurzaamheid een maatschappelijke impact realiseert.

Een brainprint is voor alle duidelijkheid niet hetzelfde als het verschaffen van toegang tot kwaliteitsinformatie aan de eindgebruiker. Het betreft eerder een afgeleide van footprint en gaat dus over het leveren van een bijdrage aan verduurzaming door anderen erover te informeren. Eerder dan te focussen op de eigen operationele activiteiten en hoe die de duurzaamheidsambities kracht bijzetten, ligt de nadruk op het actief promoten van duurzaamheid. In dat kader nemen mediabedrijven een unieke positie in, een rol waarmee Roularta Media Group echt het verschil wil maken.

6.2.2.2. RISICO

Een voornaam onderdeel van een DMA-oefening is de evaluatie van de (financiële) impact van de buitenwereld op Roularta Media Group. Daarbij kwam snel aan het licht dat de financiële impact van de lezers een grote invloed heeft op zowel de uitgaven als de inhoudelijke output van het bedrijf.

Inhoudelijk is het belangrijk dat Roularta Media Group haar onafhankelijkheid niet opgeeft in communicatie over bepaalde duurzaamheidsinitiatieven. Het is niet de bedoeling dat het bedrijf als een klankbord van ideologisch geïnspireerde partijen en groeperingen fungeert. De evenwichtsoefening moet telkens gemaakt worden om uit te komen bij communicatie die een bevordering van het algemeen belang beoogt.

6.2.2.3. OPPORTUNITEIT

In lijn met haar kernwaarden staat Roularta Media Group erop elke uitdaging als een opportuniteit aan te grijpen. Aangezien duurzaamheid een van de uitdagingen bij uitstek is, geldt de brainprint als een unieke opportuniteit om het verschil te maken. Klanten proberen te betrekken in het streven naar een betere wereld, is dus zowel een risico als een kans.

6.2.3 BELEID

Gezien haar unieke positie als mediabedrijf besloot Roularta Media Group de brainprint in 2021 expliciet naar voren te schuiven als een van de belangrijkste speerpunten van haar duurzaamheidsbeleid. “Roularta Media Group bouwt mee aan slimmere en bewustere gene-

raties via betrouwbare, relevante informatie en doelgerichte activiteiten die duurzaam gedrag stimuleren.”

Naast dat motto is er het Roularta Media Group Charter, dat de brainprint en het engagement van het bedrijf en al zijn medewerkers hierin concretiseert naast topics als duurzame productie en klimaatneutraliteit. De verantwoordelijkheid voor de implementatie en opvolging van dit beleid berust bij het Sustainability Committee (Susco).

Roularta Media Group was een van de eerste mediabedrijven die dit begrip lanceerde als krijtlijn van het duurzaamheidsverhaal. Het is bemoedigend om te zien dat andere media intussen ook op deze kar zijn gesprongen, zoals blijkt uit een artikel van We Media ('Media voor een betere wereld: de stappen in 2023').

6.2.4 ACTIES

Bij duurzaamheid denken we spontaan aan het milieu en ook uitgevers besteden hier heel wat aandacht aan. In navolging van het 'Brainprint'-initiatief van Roularta Media Group duiken ook in andere landen initiatieven op waarbij uitgevers hun lezers willen aanmoedigen duurzamer te handelen. Het Zwitserse Blick gaat hier allicht het verst in. Zij lanceerden Improve, een online platform met enkel nieuws over duurzaamheid. National Geographic promoot net als heel wat andere titels een duurzame levensstijl, meer bepaald bij hun jongste lezers, die van National Geographic Little Kids.

Verder werd Roularta Media Group hier op 6 juni 2024 voor gelauwerd met een AMMA-award in de categorie Media Sustainability. De jury prees daarbij haar voortrekkersrol op vlak van duurzame innovatie en de inzet om partners en mediaconsumenten te sensibiliseren en te activeren rond duurzaamheid via initiatieven als Maai Mei Niet, Brooddoosnodig en de Trends Impact Awards.

Die sensibilisering stopt overigens niet bij de lezers. Ook adverteerders worden betrokken via seminars en nieuwe formules die hen toegevoegde waarde bieden. Denk maar aan de papierwikkels, die nieuwe advertentiemogelijkheden met zich meebrengen.

In samenwerking met AP Hogeschool organiseert Roularta Media Group voorts jaarlijks de Masterclasses Sustainable Communication, gericht op allerlei organisaties en professionals en met het oog op de gezamenlijke ambitie om aan duurzaamheidssensibilisering en -activatie te doen via een brainprint. Roularta Media Group kan hiervoor rekenen op een bereik van 3,8 miljoen mediaconsumenten (bron: CIM 2023).

De beoogde brainprint gaat hand in hand met community building. Hoewel het daarbij eerder om het deelnemen dan om de uitkomst draait, is het resultaat vaak een veel grotere impact. Dat komt omdat onder het motto 'vele kleintjes maken een groot' een gevoel van samenhang ontstaat rond een gezamenlijk doel.

6.2.4. DOELSTELLINGEN EN TARGETS

De doelstelling is mee bouwen aan een betere wereld van morgen. Daarbij leeft het engagement om volgens het DNA van elke titel een wezenlijke bijdrage

te leveren via de publicaties en de lezer zo te inspireren om mee een stapje richting een meer duurzame toekomst te zetten.

De targets zijn:

- Elk jaar over alle titels heen minstens 2.000 artikels publiceren die een aspect van duurzaamheid belichten. Zie hoofdstuk 3 "Resultaten targets en KPI's 2024" voor de resultaten
- Elk jaar minstens 200.000 lezers aanzetten om deel te nemen aan een actie binnen een ESG-topic (bv. Maai Mei Niet). Zie hoofdstuk 3 "Resultaten targets en KPI's 2024" voor de resultaten.

6.3. TOELICHTING EN RAPPORTERING M.B.T. SOCIALE AANGELEGENHEDEN: S4- KLANTEN EN EINDGEBRUIKERS

6.3.1. SBM-3: MATERIËLE IMPACTEN, RISICO'S EN KANSEN EN DE WISSELWERKING MET STRATEGIE EN BUSINESSMODEL

Consumenten en eindgebruikers zijn de personen die gebruikmaken van de producten of de diensten van Roularta Media

Group. Deze ruime doelgroep valt uiteen in B2B-klienten (zoals opdrachtgevers en adverteerders) en B2C-klienten (zoals lezers, surfers, kijkers en luisteraars).

6.3.1.1. KWALITATIEVE EN VERANTWOORDE CONTENT

Roularta Media Group streeft ernaar kwalitatieve informatie te delen die alle stakeholders in staat stelt om op basis van betrouwbare gegevens weloverwogen beslissingen te nemen. Het doel is een positieve impact hebben op zowel de stakeholders als de samenleving.

Het verspreiden van verantwoorde content door middel van onafhankelijke journalistiek is essentieel. Onafhankelijke, vrije en pluralistische media spelen een cruciale rol in het verstrekken van betrouwbaar nieuws. Ze bevorderen een robuust openbaar debat en creëren mee goed geïnformeerde burgers. Met objectieve berichtgeving draagt Roularta Media Group bij aan de educatie en de betrokkenheid van het publiek bij maatschappelijke en politieke vraagstukken.

Roularta Media Group reflecteert voortdurend over de gevolgen van haar contentcreatie en -distributie om de rechten en de belangen van mediagebruikers, klienten en derden te beschermen. Ze vermijdt het verspreiden van schadelijke content die kwetsbare groepen, zoals minderjarigen of minderheden, zou kunnen schaden.

6.3.1.2. PRIVACY

Als mediabedrijf beschikt Roularta Media Group over een grote hoeveelheid informatie van medewerkers, B2B-klanten en lezers. Deze data worden met de grootst mogelijke zorgvuldigheid behandeld. De privacy van de betrokkenen is een belangrijk goed.

Vertrouwen is een essentiële pijler in de relatie tussen Roularta Media Group en haar consumenten of eindgebruikers. Een ondermijning van dit vertrouwen, bijvoorbeeld door een datalek of schending van journalistieke principes, kan dan ook leiden tot aanzienlijke reputatieschade. Zelfs de perceptie van een integriteitsschending kan er al voor zorgen dat mensen afhaken, met directe gevolgen voor de omzet en de marktpositie van het bedrijf. In een sector waar geloofwaardigheid en betrouwbaarheid cruciaal zijn, is het waarborgen van deze waarden niet alleen een verantwoordelijkheid, maar ook een strategische noodzaak.

6.3.2. S4-1: BELEID TEN AANZIEN VAN CONSUMENTEN EN EINDGEBRUIKERS

6.3.2.1. PRIVACY

Roularta Media Group bevordert een cultuur waarin de privacyrechten van individuen centraal staan. In lijn met de General Data Protection Regulation (GDPR) respecteert ze deze rechten door zorgvuldig om te gaan met de persoonsgegevens die haar worden toevertrouwd. Hiervoor heeft Roularta Media Group beleidslijnen en procedures

ontwikkeld, waaronder een uitgebreid privacybeleid waarin ook het surf- en cookiebeleid is opgenomen.

Het beleid dekt de verwerking van persoonsgegevens van allerlei groepen betrokkenen, zoals klanten, bezoekers van websites, gebruikers van digitale toepassingen, deelnemers aan evenementen en acties, en leveranciers. De belangrijkste doelstellingen zijn de bescherming van persoonsgegevens en het waarborgen van de rechten op inzage, correctie en verwijdering.

In 2024 kwam er een herzien privacybeleid voor het personeel. Dat schept duidelijkheid rond het zorgvuldig omgaan met persoonsgegevens binnen de eigen organisatie. De Data Protection Officer (DPO) is verantwoordelijk voor de naleving en de implementatie van deze beleidslijnen.

Daarnaast werd ook het informatieveiligheidsbeleid herbekeken. Dat beschrijft de organisatorische en technische maatregelen die Roularta Media Group treft om persoonsgegevens optimaal te beschermen. Naast het naleven van privacyregels richt het beleid zich op het beveiligen van waardevolle gegevens tegen onbedoelde openbaarmaking, diefstal of verlies. Die klemtonen dragen tegelijk bij aan de continuïteit van de

bedrijfsprocessen en stelt Roularta Media Group in staat om te allen tijde een betrouwbare en veilige dienstverlening te voorzien. Het IT-departement is verantwoordelijk voor de naleving en de implementatie van het informatieveiligheidsbeleid. In 2025 komt er een volledig nieuw informatieveiligheidsbeleid, afgestemd op de normen van ISO 27001.

Roularta Media Group staat erop de privacy en de fundamentele rechten van consumenten en eindgebruikers in elke stap van de dienstverlening te waarborgen. Het beleid is ontworpen om risico's te identificeren en te beperken en waar nodig herstellende maatregelen te voorzien. In de loop van 2024 waren er geen gevallen van een niet-naleving van de UN Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs), de Verklaring van de Internationale Arbeidsorganisatie inzake fundamentele principes en rechten op het werk of de OESO-richtlijnen voor Multinationale Ondernemingen die consumenten en/of eindgebruikers betreffen. In 2024 kreeg Roularta Media Group slechts één vraag vanuit de Eerstelijnsdienst van de Gegevensbeschermingsautoriteit (GBA), waarop prompt en uitvoerig geantwoord werd. Het ging om een informatieve vraag gelinkt aan een klacht tegen een ander bedrijf.

6.3.2.2. KWALITATIEVE INHOUD EN JOURNALISTIEKE INTEGRITEIT

Het leveren van kwalitatief hoogwaardige en accurate inhoud staat centraal in de missie van Roularta Media Group. Met een sterke focus op contentverantwoordelijkheid en onafhankelijke journalistiek bouwt Roularta Media Group verder aan haar reputatie van betrouwbare informatiebron.

Cruciaal daarin zijn de ethische richtlijnen van de Raad voor de Journalistiek. Die zijn opgenomen in de Code

van de Raad voor de Journalistiek en waarborgen contentverantwoordelijkheid en onafhankelijke journalistiek.

- Contentverantwoordelijkheid verwijst naar de verplichting om ervoor te zorgen dat de publicaties (print, online, uitzendingen) nauwkeurig, eerlijk en ethisch zijn en geen schade veroorzaken.
- Onafhankelijke journalistiek is journalistiek die vrij is van (ongepaste) invloed of controle door externe partijen, inclusief overheden, bedrijven, politieke partijen of andere machtige entiteiten.

Deze richtlijnen worden door de hele organisatie gedragen, wat haar journalistieke integriteit versterkt. De hoofdredacteurs binnen de organisatie zien daar ook nauwgezet op toe. Dit blijkt ook uit het feit dat er in 2024 geen gegronde klachten binnenkwamen via de Raad voor de Journalistiek of de Conseil Déontologique.

6.3.2.2.1. DE WERKING VAN DE RAAD VOOR DE JOURNALISTIEK EN DE CONSEIL DÉONTOLOGIQUE

De Raad voor de Journalistiek behandelt klachten tegen de Vlaamse/Nederlandse media. Met de Conseil Déontologique bestaat er ook een Waalse tegenhanger.

Een klacht moet verband houden met een inbreuk door een journalist of media tegen de code van het orgaan. Na ontvangst brengt de secretaris-generaal van het orgaan het medium in kwestie en de betrokken journa-

list(en) op de hoogte van de klacht. Daarna start een schriftelijke procedure waarbij de verweerder en de klager hun standpunten uiteenzetten.

Na de schriftelijke procedure volgt een hoorzitting voor een door het orgaan samengestelde commissie. Die beslist op basis van de uiteengezette schriftelijke argumentatie en de hoorzitting of er effectief sprake is van een inbreuk. De commissie bereidt een ontwerpbeslissing voor, die daarna aan de volledige Raad voor de Journalistiek wordt voorgelegd. De beslissing of het al dan niet om een gegronde klacht ging, wordt uitvoerig gemotiveerd en daarna op de website van de Raad voor de Journalistiek gepubliceerd. Het medium in kwestie krijgt de vraag om een samenwerking van de beslissing te publiceren.

Vaak zijn klachten niet gegrond. De motivering kan onder meer betrekking hebben op onderstaande zaken.

- Vrijheid van meningsuiting: een geuite mening in een journalistiek format dat geen feitenverslag is
- Relevantie voor het publiek: privacygevoelige berichtgeving met evenwel een groot maatschappelijk belang
- Feiten die al publiek waren
- Correct en transparant bronnengebruik

6.3.2.2.2. EEN ANTWOORD OP MIS- EN DESINFORMATIE

In een tijdsgewricht waarin mis- en desinformatie wijdverspreid zijn, biedt Roularta Media Group een concreet antwoord via de factcheck-rubriek van Knack. Deze wekelijkse rubriek werkt volgens de Code of Principles van het Internati-

onal Fact-Checking Network (IFCN). Sinds februari 2024 is Knack ook een erkend lid van het European Fact-Checking Standards Network (EFCSN). Dat opereert onafhankelijk van IFCN, maar onderhoudt wel nauwe contacten met dat netwerk en vertegenwoordigt factcheckers daarnaast in gesprekken met Europese overheden en technologiebedrijven over beleid tegen desinformatie. De Europese normen van EFCSN zijn zelfs nóg scherper dan die van IFCN. Zo blijft Knack, en bij uitbreiding Roularta Media Group, een pionier in het leveren van betrouwbare informatie en het bestrijden van desinformatie, zowel in België als daarbuiten. De hoofdredacteur van Knack is verantwoordelijk voor de naleving en de implementatie van deze beleidslijnen.

6.3.3. S4-2: PROCESSEN OM MET CONSUMENTEN EN EINDGEBRUIKERS TE OVERLEGGEN OVER IMPACTEN

6.3.3.1. PRIVACY

Roularta Media Group hanteert een transparante aanpak om eindgebruikers te informeren over haar privacybeleid. Dit gebeurt via diverse kanalen, waaronder de verwerkingsovereenkomsten en privacyverklaringen op de websites.

In het privacybeleid komt helder aan bod welke persoonlijke gegevens worden verzameld, gebruikt en eventueel gedeeld. Daarnaast voorziet Roularta Media Group

duidelijke informatie over de rechten van eindgebruikers en de keuzes die ze hebben met betrekking tot het delen van hun gegevens.

De privacyverklaringen van Roularta Media Group zijn niet alleen bedoeld om duidelijkheid te verschaffen, maar ook om eindgebruikers de kans te geven vragen te stellen en hun privacyrechten uit te oefenen. Een link naar het privacybeleid is te vinden op elke webpagina en in de apps.

Via de My Account-omgeving van Mijn Magazines kunnen eindgebruikers hun privacyvoorkeuren beheren. Voor specifieke verzoeken, zoals inzage, correctie, verwijdering of bezwaar, is een aanvraag per e-mail nodig. Roularta Media Group heeft een Data Protection Officer (DPO) aangesteld die verantwoordelijk is voor de behandeling van dergelijke aanvragen. Elke aanvraag wordt binnen de dertig dagen beantwoord.

6.3.3.2. TOEGANG TOT KWALITEITSVOLLE INFORMATIE

Naast transparantie rond privacy garandeert Roularta Media Group een ruime toegang tot informatie en kennis. Via haar website en sociale mediakanalen blijft de organisatie ook actief en toegankelijk voor een breed publiek. Het beheer en de coördinatie van deze communicatiekanalen vallen hoofdzakelijk onder de verantwoordelijkheid van de afdeling corporate communication.

De Roularta Media Group Academy-webinars zijn niet enkel gericht op het eigen personeel, maar ook beschikbaar voor externe stakeholders. Daarmee breidt de organisatie haar kennisdeling verder uit. Ook worden regelmatig persberichten gepubliceerd.

Om feedback te verzamelen, zijn diverse kanalen ingericht, zoals een FAQ-sectie, chatbots, e-mail en telefonische ondersteuning. Voor het eigen personeel zijn er bovendien aanvullende mechanismen om feedback te geven en te ontvangen. Die worden uitvoerig toegelicht in hoofdstuk S1 van dit verslag.

Roularta Media Group zet haar transparante aanpak ook door in haar factchecking-processen. Hoewel factcheckers streven naar nauwkeurigheid, kunnen ook zij fouten maken. Knack hanteert in dat licht het principe dat fouten ruiterlijk worden erkend en zo snel mogelijk en transparant worden gecorrigeerd.

Klachten, complimenten, opmerkingen en vragen kunnen per e-mail worden meege-deeld. De auteur van de factcheck leest en behandelt elk bericht in overleg met de deelen hoofdredactie. Indien nodig wordt contact opgenomen met de inzender.

6.3.4. S4-3: PROCESSEN VOOR HERSTEL VAN NEGATIEVE IMPACTEN EN KANALEN VOOR CONSUMENTEN EN EINDGEBRUIKERS OM ZORGEN KENBAAR TE MAKEN

6.3.4.1. PRIVACY

Roularta Media Group treft passende technische en organisatorische maatregelen om privacygerelateerde risico's effectief te beheeren en te minimaliseren. Die hebben onder andere betrekking op het beveiligen van persoonsgegevens en het vermijden van datalekken.

Door jaarlijkse risicoanalyses uit te voeren voor de gehele organisatie en maandelijkse rond bekende kwetsbaarheden, worden risico's geïdentificeerd, geëvalueerd en geprioriteerd. De effectiviteit van de getroffen maatregelen wordt continu gemonitord.

Organisatierisico's zijn te vinden in een dynamisch, regelmatig bijgewerkt document. Bekende kwetsbaarheden worden automatisch geregistreerd en bijgewerkt in het cloudbeveiligingsdashboard.

6.3.4.1.1. INCIDENTBEHEER EN HERSTEL

Wanneer vermoedens ontstaan van inhoudelijke incidenten die de vertrouwelijkheid of de integriteit van persoonsgegevens kunnen schaden, stelt de IT-afdeling een dossier op om de daadwerkelijke feiten te onderzoeken. Tijdens dit onderzoek kunnen meteen tijdelijke voorzorgsmaatregelen worden genomen om verdere onregelmatigheden te voorkomen.

Afhankelijk van de aard en de oorzaak van een incident wordt de verantwoordelijke voor personeelsbeleid, klanten en leveranciers of lezers geïnformeerd. Die kan indien nodig een vervolgpprocedure opstarten met verdere stappen en/of tuchtmaatregelen, waarbij de eindgebruikers worden geïnformeerd conform de wettelijke, reglementaire en contractuele vereisten.

Om bedrijfsprocessen en gegevens optimaal te beschermen, heeft Roularta Media Group een herstel- en continuïteitsplan ontwikkeld voor alle centraal beheerde, kritieke toepassingen en data. Dit plan waarborgt de bedrijfscontinuïteit bij incidenten en zorgt ervoor dat de impact minimaal is. Met deze integrale aanpak streeft de groep naar een veilige en betrouwbare omgeving voor zowel gegevensbeheer als bedrijfsvoering.

De onderneming beoordeelt of consumenten en eindgebruikers voldoende bekend zijn met en vertrouwen hebben in de beschikbare structuren en processen om hun zorgen of behoeften kenbaar te maken en oplossingen te verkrijgen. Aangezien er via deze kanalen daadwerkelijk aanvragen en meldingen binnenlopen (en doorlopend beantwoord worden), lijkt dat absoluut het geval. Verder wijzen cookiebanners en dergelijke de eindgebruiker regelmatig op privacygerelateerde kwesties en is aanvullende informatie vlot toegankelijk via de bedrijfswebsite.

Hoewel de onderneming geen formeel beleid heeft voor de bescherming tegen represailles bij het gebruik van de meldingskanalen, wordt bij privacygerelateerde meldingen strikt toegezien op anonimiteit en vertrouwelijkheid. Bovendien ligt

het behandelen van deze meldingen in handen van ervaren medewerkers die zijn aangeduid om zorgvuldig en discreet om te springen met dit soort kwesties. Er is kortom sprake van een veilige omgeving waarin mensen hun zorgen kunnen delen zonder angst voor nadelige consequenties.

6.3.4.2. TOEGANG TOT KWALITEITSVOLLE INFORMATIE

Binnen Roularta Media Group bestaan er diverse procedures om meldingen van eindgebruikers op te volgen. Een concreet voorbeeld is te vinden in de rubriek Factcheck, waar specifieke richtlijnen zijn opgesteld voor het verwerken van correcties.

Wanneer aangevoerde argumenten of nieuwe informatie de aanpassing van een eerder gepubliceerde factcheck vereisen, wordt de tekst online bijgewerkt. Bij grote fouten gebeurt dat op een zichtbare wijze, met een toelichting onderaan het artikel die uitlegt wat er mis is gegaan en waarom de correctie noodzakelijk is. Als de factcheck ook in een papieren magazine verschenen is, wordt een rechtzetting gepubliceerd in de daarvoor bestemde rubriek in het eerstvolgende nummer. Bovendien kent de website van Knack een overzicht van substantieel gecorrigeerde factchecks.

In de periode van mei 2022 tot november 2023 werden drie factchecks substantieel aangepast. Sinds november 2023 staat de teller op nul.

6.3.5. S4-4: ACTEREN OP MATERIËLE IMPACTEN OP CONSUMENTEN EN/OF EINDGEBRUIKERS EN BENADERINGEN OM MET BETREKKING TOT CONSUMENTEN EN EINDGEBRUIKERS MATERIËLE RISICO'S TE BEHEERSEN EN MATERIËLE KANSEN TE BENUTTEN, EN DE EFFECTIVITEIT VAN DIE MAATREGELEN

6.3.5.1. PRIVACY

In 2024 richtte Roularta Media Group een Privacy Board op, een belangrijke stap om de naleving van privacyregels te kunnen waarborgen, risico's effectiever te beheersen en herstelprocessen te faciliteren. De Privacy Board speelt een centrale rol in het evalueren en het opvolgen van het privacybeleid binnen de organisatie, fungeert als een beslissingsorgaan en initieert verdere initiatieven en acties ter ondersteuning van de privacydoelstellingen. De Board rapporteert hierover aan het auditcomité.

De Privacy Board komt minstens drie keer per jaar samen, en vaker indien nodig, bijvoorbeeld bij gemelde privacy-incidenten of -risico's. Hij is samengesteld uit vertegenwoordigers met specifieke rollen en verantwoordelijkheden:

- Chief Operational Officer (COO): coördinatie en rapportage aan de CEO
- Data Protection Officer (DPO): monitoring, escalatie en expertise
- CISO-team: beveiliging en expertise

- Business Representatives: evaluatie en implementatie van beleid
- Legal: juridische toetsing en advies

Daarnaast geeft de externe Data Protection Officer aangesteld voor Roularta Media Group België en Nederland tweewekelijks zijn bedenkingen door. Dat alle beleidslijnen met betrekking tot GDPR en privacy in 2024 geharmoniseerd en gecentraliseerd werden, heeft zowel de consistentie als de toegankelijkheid van deze informatie aanzienlijk verbeterd.

In 2024 werd eveneens een nieuwe 'Mail-, internet- en social media policy' ontwikkeld. Deze richtlijnen bevorderen een veilige en efficiënte omgang met digitale communicatieplatformen.

Voor 2025 leeft de ambitie om een externe consultant in te schakelen om een informatiebeveiligingsbeleid uit te tekenen volgens de normen van ISO 27001.

Om het bewustzijn van haar medewerkers rond privacy te bevorderen, wil Roularta Media Group ook blijven investeren in trainings- en bewustmakingsprogramma's. Om op dat vlak gestructureerd en meetbaar te werken, wordt voor 2025 gezocht naar een e-learningtool. Deze initiatieven

onderstrepen de toewijding van de organisatie om een sterk privacybeheer en een veilige gegevensomgeving te garanderen.

6.3.5.2. TOEGANG TOT KWALITEITSVOLLE INFORMATIE

Factchecking speelt een belangrijke rol in het corrigeren van onjuist weergegeven feiten en het faciliteren van herstel in situaties waar sprake is van niet-kwaliteitsvolle informatie. Door informatie te verifiëren, kunnen misverstanden en valse beweringen worden rechtgezet, wat essentieel is voor het herstellen van vertrouwen en het waarborgen van de waarheid. Als onjuiste informatie een substantiële invloed heeft gehad, staat factchecking er bovendien voor in de negatieve gevolgen van verkeerde informatie tot een minimum te beperken.

De wijze waarop het factcheckonderzoek is uitgevoerd, wordt helder weergegeven in de factcheck, zodat lezers het gehele proces kunnen volgen en begrijpen hoe en waarom de conclusie is getrokken. Deze transparantie waarborgt de effectiviteit van de factcheck, aangezien lezers de mogelijkheid hebben om hun eigen bevindingen te verifiëren of verder onderzoek te doen. Op deze manier kan de lezer zelf beoordelen of de conclusie correct is, en wordt de betrouwbaarheid van de informatie versterkt door de optie voor feedback en herbeoordeling.

Het aantal gepubliceerde factchecks wordt maandelijks gemonitord door het toegewijde Factcheck-team van Knack. In 2022 werden 285 factchecks gepubliceerd, in 2023 waren het er 272 en in 2024 landde de teller op 280 stuks.

6.3.6. S4-5: DOELEN WAT BETREFT HET BEHEERSEN VAN MATERIËLE NEGATIEVE IMPACTEN, HET BEVORDEREN VAN POSITIEVE IMPACTEN EN HET BEHEERSEN VAN MATERIËLE RISICO'S EN KANSEN

6.3.6.1. PRIVACY

In november 2024 realiseerde Roularta Media Group met succes de oprichting van een Privacy Board, een belangrijke mijlpaal met het oog op de strategische doelstellingen rond privacybeheer. Gezien het prille karakter van dit initiatief liggen er nog geen specifieke targets vast. Wel biedt de Privacy Board een solide basis om toekomstgerichte doelen te formuleren.

In 2025 wordt het objectief gelanceerd om alle gegronde privacygerelateerde klachten binnen de twee maanden te laten behandelen door de Privacy Board. Die zal zich ook richten op het monitoren, identificeren en definiëren van opportuniteiten om de privacyprocessen en het privacybeleid te verbeteren. Deze aanpak versterkt de organisatie en ondersteunt een continue optimalisatie.

6.3.6.2. TOEGANG TOT KWALITEITSVOLLE INFORMATIE

6.3.6.2.1 FACTCHECKS

Het publiceren van factchecks draagt bij

aan de missie van Roularta Media Group om kwaliteitsvolle, onafhankelijke en relevante content te publiceren en is daarom een goede indicator van het streven naar journalistieke integriteit en betrouwbaarheid. Sinds 2024 ligt het minimumaantal gepubliceerde factchecks vast in een target (zie ook hoofdstuk 3 "Resultaten targets en KPI's 2024" voor de resultaten). De target van 250 factchecks is vastgesteld op basis van historische data en representatieve prestaties uit voorgaande jaren. Bij het vaststellen van de target zijn de eindgebruikers of consumenten niet betrokken. Deze doelstelling wordt jaarlijks geëvalueerd en zal over de jaren heen dezelfde blijven.

Factchecks spelen een cruciale rol in het bestrijden van desinformatie en het versterken van het vertrouwen van het publiek in de content van Roularta Media Group. Ze ondersteunen het engagement van de organisatie om waarheidsgetrouwe informatie te leveren en complexe onderwerpen op een transparante manier te belichten.

Door een concrete doelstelling te koppelen aan het aantal gepubliceerde factchecks, wordt niet alleen de zichtbaarheid van dit werk vergroot, maar ook consistent bijgedragen aan het waarborgen van de inhoudelijke kwaliteit van publicaties. Bovendien vormt de target een stimulans om onjuiste of misleidende informatie proactief te signaleren, wat de positie van

Roularta Media Group als betrouwbare bron voor nieuws en informatie alleen maar verder versterkt.

6.3.6.2.2 ONAFHANKELIJKE JOURNALISTIEK

In 2024 werd het objectief gelanceerd dat alle gegronde klachten van de Raad van Journalistiek/Conseil Déontologique zullen worden voorzien van de nodige publiciteit zoals voorzien door de respectievelijke codes. Bij het vaststellen van de target zijn de eindgebruikers of consumenten niet betrokken.

6.3.7. AANVULLENDE ENTITEITSPECIFIEKE INFORMATIE: DIGITALE INNOVATIE EN IT-BETROUWBAARHEID

Naast de materiële topics binnen de scope van de ESRS-standaarden werden naar aanleiding van de materialiteitsanalyse en de risicoanalyse nog twee specifieke onderwerpen als materieel gescoord: brainprint & community building en digitale innovatie & IT-betrouwbaarheid. Uitermate belangrijke topics, die dan ook nauw samenhangen met de kern van het bedrijf.

In lijn met de CSRD-richtlijnen worden deze topics toegevoegd aan de bestaande lijst ESG-onderwerpen. 'Digitale innovatie en IT-betrouwbaarheid' past inhoudelijk het best onder 'S4 consumenten en eindgebruikers'.

6.3.7.1. SBM-3: MATERIËLE IMPACTEN, RISICO'S EN KANSEN EN DE WISSELWERKING MET STRATEGIE EN BUSINESSMODEL

Roularta Media Group is ervan overtuigd dat digitale innovatie cruciaal is in een steeds

sneller veranderende, moderne en digitale samenleving. Tegelijk erkent het bedrijf het blijvende belang van de traditionele printmedia, die nog steeds een waardevolle en substantiële rol spelen binnen de activiteiten van Roularta Media Group. Waar de focus in het verleden voornamelijk op print lag, heeft Roularta Media Group een duidelijke strategie ontwikkeld die beide pijlers – digitaal en print – integreert in een complementair beleid.

6.3.7.1.1. DIGITALE INNOVATIE ALS MOTOR VAN VOORUITGANG

Om succesvol te blijven in het digitale tijdperk, is het aan Roularta Media Group om zich flexibel, innovatief en proactief aan te passen aan technologische ontwikkelingen en veranderende publieksvoorkeuren. Digitale innovatie is een essentiële motor om relevant te blijven en nieuwe kansen te benutten.

Digitalisering blijft aanzienlijke veranderingen teweegbrengen in de voorkeuren van klanten en hun interesse in producten. Daarom blijft Roularta Media Group investeren in het ontwikkelen van nieuwe toepassingen, diensten en platformen die aansluiten bij deze evoluerende behoeften. Uitblijvende innovatie brengt dan ook het risico met zich mee dat concurrenten terrein winnen, wat kan resulteren in een afnemende klantenbasis en een negatieve impact op de financiële resultaten.

Of het nu gaat om de ontwikkeling van digitale platformen, het gebruik van geavanceerde data-analysetools of het creëren van nieuwe vormen van content via nieuwe technologieën, Roularta Media Group plaatst digitale innovatie centraal in haar strategie. Intern mikt het bedrijf ermee op een hogere productiviteit, meer efficiëntie en een versterkte en robuuste bedrijfsvoering.

6.3.7.1.2. DE UITDAGINGEN VAN EEN DIGITALE WERELD

De verschuiving naar een meer digitale focus brengt ook nieuwe risico's met zich mee. IT-onderbrekingen kunnen verregaande gevolgen hebben, van operationele verstoringen en financiële verliezen tot aanzienlijke reputatieschade. Het spreekt vanzelf dat het beheren en het beveiligen van de systemen die al de digitale processen en informatiestromen ondersteunen, een topprioriteit is.

6.3.7.2 BELEID DIGITALE INNOVATIE EN IT-BETROUWBAARHEID

6.3.7.2.1. DIGITALE INNOVATIE

Digitale innovatie is een breed begrip en manifesteert zich op verschillende niveaus van de organisatie. Zo wordt er gewerkt aan een multimediale strategie waarin de Mijn Magazines-app een centrale rol speelt. Deze aanpak is niet alleen gericht op de buitenwereld, maar vormt tegelijk de basis van het interne beleid. Hij wordt breed omarmd binnen de organisatie en verder versterkt via gerichte communicatie. Het integreren van een multimediale strategie in alle lagen van de organisatie zorgt voor een consistente en efficiënte manier van werken, bijvoorbeeld door de installatie van multimediale redacties.

Digitale innovatie komt tevens tot uiting in de nieuwe digitale oplossingen waar de medewerkers van Roularta Media Group gebruik van maken. Aan de hand van technologie gaat zowel de productiviteit als de veiligheid van de medewerkers erop vooruit.

6.3.7.2.2. IT-BETROUWBAARHEID

Het ontwikkelen van de websites en de applicaties van Roularta Media Group gebeurt intern maar ook door externe partijen. Daarbij is het streven een verschuiving naar externe partners, die meer flexibel met schaalvergroting om kunnen en bovendien steeds op de hoogte zijn van de laatste nieuwe technologieën.

Het uitbouwen van deze websites en apps verloopt in functie van de relevante internationale veiligheidsstandaarden, die ook intern neergeschreven staan.

6.3.7.3. PROCESSEN VOOR HERSTEL VAN NEGATIEVE IMPACTEN

6.3.7.3.1. DIGITALE INNOVATIE

Via interne communicatiekanalen zoals webinars, mailings en het Happie Magazine deelt Roularta Media Group haar visie op digitalisering met alle medewerkers. Het bedrijf onderstreept zo het belang van gezamenlijke inspanningen om de multimediale strategie succesvol te realiseren. Bovendien worden teams actief gestimuleerd om bij te dragen aan de verdere digitalisering van producten en diensten, waarbij innovatie en samenwerking centraal staan.

6.3.7.3.2. IT-BETROUWBAARHEID

Al de websites en applicaties staan geregistreerd op een platform dat ethische hackers toelaat om kwetsbaarheden op te sporen. Op die manier merkt Roularta Media Group nieuwe kwetsbaarheden zeer snel op en blijft de beveiliging van haar websites continu op hoog niveau.

Firewalls zorgen er dan weer voor dat aanvallen automatisch gedetecteerd en geblokkeerd worden. Aanvullend is specifieke DDOS-beveiliging (Distributed Denial Of Service) actief.

6.3.7.4. AGEREN OP DE MATERIËLE IMPACTEN VAN DIGITALE INNOVATIE EN IT-BETROUWBAARHEID

Roularta Media Group streeft ernaar haar lezers een uitstekende digitale ervaring te bieden. In 2024 lag de focus op de verdere ontwikkeling van de digitale Mijn Magazines-app, waarmee gebruikers eenvoudig toegang krijgen tot een uitgebreid portfolio van dertig magazines. De app bevat exclusieve content, zoals video's en podcasts, en stelt gebruikers in staat een persoonlijke leesfeed te creëren. In april 2024 werd op basis van samenwerking over de landsgrenzen heen een nieuwe versie gelanceerd, met een volledig vernieuwde lay-out en tal van verbeteringen qua gebruikservaring (UX). Denk bijvoorbeeld aan geoptimaliseerde flipbooks, dynamische brandfeeds en de mogelijkheid om artikels direct op te slaan. De klant-

ervaring gaat erop vooruit, en tegelijk kent de digitale omzet een duurzame groei.

Ook intern werden grote stappen gezet met het oog op een multimediale werkwijze, waaronder de oprichting van multimediale redacties op basis van de nieuwe software WoodWing. De voordelen van deze ambitieuze en gezamenlijk gerealiseerde transformatie zijn legio: centralisatie van content, integratie van print en digitaal, meer flexibiliteit in workflows, ...

Enkele voorbeelden van de vele inspanningen doorheen de organisatie:

- Sassy Soeki deed in oktober 2024 haar intrede bij Flair, waar ze als beginnende content creator een internship kreeg op de online redactie van het blad

Wat zo speciaal is aan Sassy? Ze is een virtuele influencer. Sassy is computergegeneerd en tot leven gebracht met 3D-modellering, animatie en AI. Je kan haar volgen via haar persoonlijke kanalen op TikTok en Instagram (@sassy_soeki).

- Continue monitoring van websites en applicaties via scoring van het beveiligingsniveau

Afhankelijk van de scoring worden de beveiligingsniveaus bijgesteld.

- Employer branding-campagne om nieuwe digitale profielen aan te werven (zie ook hoofdstuk S1)

Andere innovaties die reeds hoog op de agenda stonden en waarin verder geïnves-

teerd zal worden, zijn de volgende: het geautomatiseerd uitgeven naar verschillende digitale kanalen en het doeltreffend inzetten van AI ter ondersteuning van het publishing-proces en van een efficiënt editoriaal proces voor nieuwsbrieven, campagnes en mailings.

6.3.7.5. DOELEN WAT BETREFT HET BEHEERSEN VAN MATERIËLE NEGATIEVE IMPACTEN, HET BEVORDEREN VAN POSITIEVE IMPACTEN EN HET BEHEERSEN VAN MATERIËLE RISICO'S EN KANSEN

Voor 2025 blijft de multimediale aanpak een van de focuspunten. De volgende fase van het WoodWing- of publishing 2.0-project richt zich op de uitrol van de advertentieopmaak, gevolgd door de krantenredacties in Roeselare. Dat gaat gepaard met nieuwe functionaliteiten, zoals het beheer van meerdere edities bij kranten en de integratie van verschillende advertentieboekings-systemen.

Nog een doelstelling in 2025 is de harmonisatie en de uniformisering tussen België en Nederland. Er zal worden ingezet op het stimuleren van kennisdeling en samenwerking over de redacties heen. Digitale opleidingsprogramma's moeten eventuele kennisnoden op vlak van data wegnemen.

7. WAARDEKETEN

Uit de DMA-oefening (zie ook hoofdstuk DMA) bleek dat heel wat topics niet enkel materieel zijn voor de eigen organisatie, maar ook voor externe bedrijven die tot de waardeketen van Roularta Media Group behoren. Het gaat daarbij veeleer om de upstreamkant van het verhaal (dat wat voorafgaat aan de eigen operaties) en minder om downstream-activiteiten (dat wat na de eigen operaties komt).

De CSRD-regels leggen vast dat Roularta Media Group ook over de waardeketen moet rapporteren. Volgende aspecten blijken relevant:

- klimaatmitigatie (upstream: vooral papier en machines; downstream: transport)
- energie (vooral voor papier aan upstream-kant)
- marine- en watergebruik (voor aanmaak pulp bij papierfabrieken)
- watervervuiling (na watergebruik voor papierproductie in papierfabrieken)
- grondstoffen (hout voor papier)
- luchtvervuiling (voornamelijk in de transport-sector)
- afval (uit toeleveringssectoren en downstream aan het einde van de levenscyclus van consumptiegoederen)
- gevaarlijke chemicaliën (productie papier en inkt)
- biodiversiteit en ecosystemen (papier als belangrijkste inkoopproduct)
- gezondheid en veiligheid van werknemers (in productieomgeving papier- en inktfabrieken)

- privacy (downstream : vooral distributeurs en agentschappen)
- verantwoorde marketingpraktijken (van klanten/adverteerders aan downstream-kant, waar Roularta Media Group geen inhoudelijke controle over heeft)

Voor deze resultaten uit de DMA stelt de CSRD:

Bij het in kaart brengen en beoordelen van de impacten, risico's en kansen binnen de waardeketen van de onderneming om de materialiteit ervan te bepalen, kijkt de onderneming vooral naar sectoren waar deze impacten, risico's en kansen zich, gelet op de aard van de activiteiten, zakelijke relaties, geografische dimensies of andere betrokken factoren, naar verwachting zullen voordoen.

De vaakst voorkomende sectoren uit de opsomming zijn:

1. de papierfabrikanten
2. de inktfabrikanten
3. de machinebouwers
4. de transporteurs
5. de adverteerders (downstream)

De waardeketen werd reeds integraal meegenomen in de E1-rapportering. Ze maakt tenslotte per definitie deel uit van de oefening omdat Roularta Media Group ook moet berichten over de scope 3-uitstoot, die zich grotendeels upstream situeert. Toch kan het geen kwaad om nogmaals te benadrukken dat de belangrijkste leveranciers en transportpartners SBTi-gecertificeerd zijn en Roularta Media Group de toekomst dus met een gerust gemoed tegemoet gaat.

Wat de overige impacten betreft, zullen ook de grotere partijen de komende jaren aan de CSRD richtlijnen moeten voldoen. Aangezien CSRD voor elke betrokkene een nieuw gegeven is en de ene organisatie er al wat verder in staat dan de andere, is er de periode van drie jaar om gefundeerde informatie te delen omtrent de waardeketen. Hoe dan ook is Roularta Media Group niet verplicht om informatie te publiceren over elke individuele speler per betrokken sector. Niettemin worden in wat volgt een aantal voorbeelden meegegeven die inzicht bieden in de potentiële impacten, risico's en opportuniteiten.

7.4.1. WATERGEBRUIK EN WATERVERVUILING

Papierleveranciers zijn zich zeer bewust van hun afhankelijkheid van water en werken heel wat innovatieve acties uit om hun kostbare hulpgrondstof te beschermen.

Eén van de grotere papierleveranciers van Roularta Media Group streeft de doelstelling na om zijn volume aan afvalwater tegen 2030 met 30% te verminderen (t.o.v. 2008). Een andere papierfabrikant heeft dan weer een vooruitstrevende waterzuiveringsinstallatie op zijn site in Lanaken, die veel beter scoort dan wat de huidige wetgeving vereist.

Voorts gaat ook de belangrijkste inktleverancier geen uitdaging uit de weg wat watergebruik betreft. Deze speler focust met name op een inperking van het waterverbruik.

7.4.2. HOUT

In Europa komen er op dit moment meer bomen bij dan er gekapt worden. Een goede zaak, want

bomen en bossen zijn om tal van redenen cruciaal. Ze nemen CO₂ op en zijn belangrijk voor de biodiversiteit, de ecosystemen én de gezondheid van alle burgers. De ambitie van de Europese Unie: tegen 2030 drie miljard extra bomen planten.

Toch vertelt dat niet het volledige verhaal. In 2023 werd in Bolivia, Brazilië en Congo een enorme hoeveelheid regenwoud gekapt, goed voor de oppervlakte van Zwitserland. En ook bij ons staat de berichtgeving over de meer dan één miljoen aangeplante bomen gewoon naast die over het voetbalveld aan bos dat elke dag verdwijnt. Het probleem: terwijl de aangeplante bossen bestaan uit jonge, kleine boompjes, worden de oude bossen, met grote bomen die tot honderd keer meer CO₂ opnemen, gekapt.

Rest de vraag: hoe zit dat nu met de papierleveranciers van Roularta Media Group?

Eerst en vooral is het belangrijk om te weten dat tropisch hardhout niet geschikt is voor de papierindustrie. De meest gebruikte houtsoort voor papier is de fijnspar (vurenhout), een soort die weinig andere doeleinden kent en bijvoorbeeld niet verwerkt wordt in meubels. Het gaat om een lichte houtsoort, die vooral in de Scandinavische landen voorkomt. Ze kan eenvoudig heraangeplant worden en groeit zeer snel.

Een tweede, nog belangrijkere factor is recycling. In Europa wordt ongeveer 70% van het papier gerecycleerd, in Nederland zelfs 87%.

7.4.3. LUCHTVERVUILING

De luchtvervuiling in de waardeketen staat vooral op het conto van de transportsector. De grootste transportpartner van Roularta Media Group, beperkt de luchtvervuiling actief tot een absoluut minimum. Dat doet het enerzijds door het aantal pakjesautomaten uit te breiden en anderzijds door sterk in te zetten op Ecozones. Die hebben drie kenmerken:

- Alle pakjes emissievrij leveren

Binnen Ecozones verlopen alle verplaatsingen met emissievrije voertuigen, zoals elektrische wagens en (cargo)fietsen.

- Een dicht netwerk van Afhaalpunten en Pakjesautomaten

Ecozones hebben een grote concentratie aan Afhaalpunten en Pakjesautomaten. In de stadscentra van grote steden kan elke consument binnen een straal van 400 m terecht in een Afhaalpunt of bij een Pakjesautomaat. In kleinere steden en gemeenten bedraagt de maximale afstand 1,2 km van de woonplaats.

- Meer slagkracht voor lokale handelaars

Door bestellingen klaar te zetten in Pakjesautomaten in de buurt, kunnen klanten hun aankopen ook buiten de openingsuren afhalen.

7.4.4. AFVAL

Uit de DMA-analyse blijkt het afval in de waardeketen op te delen in twee groepen:

- Afval van toeleveranciers (vooral uit de productiesector)

De grootste leverancier in de productiesector, de papierleverancier, heeft het doel om tegen 2030 geen afval meer te verwerken dat wordt gestort of verbrand zonder energierugwinning. De resultaten van 2023 wijzen op 87% teruggewonnen of gerecycleerd afval.

Het duurzaamheidsrapport van de grootste inktleverancier beschrijft een nieuw target: een daling van de afvalintensiteit met 10% tegen 2030 (t.o.v. 2019). Momenteel ligt de afvalintensiteit nog op een licht hoger peil.

- Afval van de eindconsument (de lezer)

Hier zijn uiteraard geen externe publicaties rond beschikbaar. Roularta Media Group probeert echter via andere kanalen een positieve impact te genereren op de afvalverwerking. Zo werd gedurende 2024 geïnvesteerd in een nieuwe machine om papierwikkels (en dus niet langer plastic) aan te brengen als verpakking (zie ook E5). Ook zijn er natuurlijk de doelstellingen rond de brainprint en de wil om de consument alert te maken voor het begrip duurzaamheid, inclusief aspecten als duurzame afvalverwerking.

7.4.5. GEVAARLIJKE CHEMICALIËN

De verordening inzake de registratie en de beoordeling van en de autorisatie en de beperkingen ten aanzien van chemische stoffen (REACH) is de belangrijkste EU-wet gericht op het beschermen van de menselijke gezondheid en het milieu tegen de risico's die chemische stoffen met zich mee kunnen brengen. REACH

bepaalt dat chemische stoffen die bij een bedrijf voorkomen in een volume van meer dan één ton per jaar, moeten worden geregistreerd bij ECHA. In dit proces moeten bedrijven de risico's identificeren die verbonden zijn aan de stoffen die ze verwerken en aangeven hoe ze deze beheren. Deze verplichting geldt voor zowel stoffen als mengsels.

De grotere papierleveranciers van Roularta Media Group hebben een REACH-verklaring gepubliceerd, waarin staat dat het beantwoordt aan alle REACH- en UK REACH-voorschriften. Ook haar inktleverancier voldoet aan de vereisten van REACH en publiceert regelmatig nieuwsbriefupdates rond de toepasselijke wetgeving en regels. Deze spelers minimaliseren het gebruik van gevaarlijke chemicaliën, vervangen componenten door alternatieven met een hoger bio-hernieuwbaar koolstofgehalte en zorgen ervoor dat nationale en wereldwijde chemische inventarissen worden nageleefd.

7.4.6. BIODIVERSITEIT EN ECOSYSTEMEN

Het materiële risico in verband met biodiversiteit en ecosystemen schuilt in eerste instantie in ontbossing. Een risico dat Roularta Media Group beperkt door voor eigen publicaties uitsluitend FSC- of PEFC-gecertificeerd papier in te kopen.

De belangrijkste papierleverancier van Roularta Media Group sprak in 2018 de duidelijke doelstelling uit om een netto-positieve impact op de biodiversiteit (NPI) te bereiken. In dat opzicht vinden op continue basis acties plaats, zoals de bescherming van alle waardevolle habitats in de eigen bossen en het registreren van nieuwe diersoorten in de bosgebieden. Het bedrijf meet en controleert vooruitgang aan de hand van een aantal geselecteerde biodiversiteitsindicatoren. Die brengen veranderingen in de bosstructuur aan het licht en wijzen uit dat de acties een positief effect hebben.

7.4.7. GEZONDHEID EN VEILIGHEID BIJ DE WERKNEMERS IN DE WAARDEKETEN

Gezondheid en veiligheid zijn materieel voor de productiesectoren waarmee Roularta Media Group samenwerkt, met die van papier en inkt als voornaamste.

Een van de belangrijkste papierleveranciers van Roularta Media Group geeft aan dat er duidelijke beleidslijnen zijn opgesteld om de veiligheid en gezondheid van de werknemers te vrijwaren. Het bedrijf moedigt iedereen aan om afwijkingen, positieve veiligheidsobservaties en bijna-ongevallen te rapporteren. Daarnaast voert het ook systematische gevarieerde identificaties en risicobeoordelingen uit, om zo inzicht te krijgen in de mogelijke risico's. De resultaten daarvan worden in een online veiligheidstool gedeeld, met als doel toekomstige incidenten te helpen voorkomen. Nieuwe werknemers en aannemers krijgen een algemene veiligheidsinstructie en gedetailleerde

veiligheidstraining in functie van de specifieke risico's op hun werkplek. Verder geldt er de duidelijke doelstelling van nul fatale of ernstige ongevallen. Het aantal registreerbare verwondingen wordt jaarlijks gepubliceerd. Het geringe aantal incidenten bewijst dat de veiligheid en de gezondheid van de werknemers centraal staan.

De veiligheid en gezondheid van medewerkers staat eveneens hoog op de agenda van de inktleverancier van Roularta Media Group. Zo heeft deze partij in 2024 een nieuwe veiligheidsdoelstelling ontwikkeld: het aantal te registreren incidenten met vijf procent verlagen ten opzichte van het gemiddelde van de voorgaande drie jaar. De introductie van een intern milieu-, -gezondheids- en veiligheidsmanagementsysteem maakt het opstellen van een beleid en procedures om de wet na te leven mogelijk. Het bedrijf deelt ook incidenten en geleerde lessen en biedt best practices rond belangrijke taken of activiteiten. De incident rate is de afgelopen jaren gezakt onder één, wat betekent dat de inspanningen renderen.

De transportleverancier tot slot vermeldt op de corporate website dat de veiligheid en de gezondheid van de werknemers op de eerste plaats staat. De daling van de incident rate met 44% zet die ambitie kracht bij.

7.4.8. PRIVACY IN DE WAARDEKETEN

Privacy is van groot belang voor de downstream sectoren waarmee Roularta Media Group samenwerkt, vooral voor de distributeurs en agentschappen. De belangrijkste distributeurs en agentschappen van de organisatie beschikken allemaal over een privacybeleid dat openbaar wordt gedeeld op hun corporate websites.

7.4.9. VERANTWOORDE MARKETINGPRAKTIJKEN

Marketingpraktijken worden beoordeeld aan de hand van de richtlijnen van de reclame-ethiek, gebaseerd op de relevante wetgeving en ondersteund door de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame (JEP) of de Reclame Code Commissie. De JEP is een onafhankelijk zelfregulerend orgaan van de Belgische reclamesector dat streeft naar eerlijke, waarheidsgetrouwe en maatschappelijk verantwoorde reclame. Dit orgaan ontvangt klachten over reclame-uitingen en beoordeelt deze via een onafhankelijk samengestelde jury en op basis van wetgeving en zelfregulerende codes. De Reclame Code Commissie (RCC) is het Nederlandse equivalent hiervan.

Binnen Roularta Media Group worden advertenties van adverteerders onder de loep genomen door de backoffice om mogelijk onverantwoorde marketingpraktijken te identificeren. Bij twijfel of een advertentie voldoet aan de richtlijnen van de reclame-ethiek, wordt advies ingewonnen bij de Legal-verantwoordelijke van de groep. In 2024 ontving Roularta Media Group geen klachten van de JEP/RCC.

7.4.10. BELEIDSLIJNEN, PROCESSEN EN ACTIES DIE DE ORGANISATIE HEEFT OPGEZET T.O.V. HAAR WAARDEKETEN (UPSTREAM)

Roularta Media Group verzoekt leveranciers om haar duurzaam aankoopcharter te ondertekenen. Dit charter is gebaseerd op de principes van de Verenigde Naties, de 17 Sustainable Development Goals (SDG's). Het charter benadrukt de verwachtingen van Roularta Media Group ten opzichte van haar leveranciers:

- Kwaliteit en service met betrekking tot de geleverde goederen en diensten
- Naleving van alle toepasselijke wetten en normen, zowel bij productie als bij installatiewerken
- Interne afspraken en procedures ter voorkoming van fraude en kinderarbeid
- Respect voor de eigen werknemers (en indien van toepassing ook voor die van leveranciers) qua verloning, gezondheid, werkregime, diversiteit en leeftijd
- Respect voor de planeet door in te zetten op een duurzame productie en door maatregelen te treffen om de klimaatopwarming tegen te gaan
- Veiligheid en opleiding voor de werknemers, met bijzondere aandacht voor alle aspecten van duurzaamheid

- De opmaak en jaarlijkse opvolging van een doelstellinggedreven duurzaamheidsplan

In de loop van 2024 werkte de aankoopdienst verder aan het laten ondertekenen van het aankoopcharter door zoveel mogelijk leveranciers. De ondertekende charters worden per leverancier bewaard, en daarnaast wordt het aantal ondertekende charters bijgehouden en afgezet ten opzichte van de omzet van Roularta Media Group. Dit dient als hulpmiddel om de effectiviteit van het initiatief te monitoren. In 2024 heeft 51,28% van de leveranciers het aankoopcharter reeds ondertekend. Verder werden er geen meldingen van niet-naleving van de afspraken gerapporteerd aan Roularta Media Group.

Naast het controleren van de online publicaties op de corporate websites en het laten ondertekenen van het duurzaam aankoopcharter, heeft het CSRD-team het afgelopen jaar gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers van de belangrijkste leveranciers. Deze gesprekken leverden waardevolle inzichten op over de materiële risico's die relevant zijn voor deze ondernemingen. Ook bleek dat de leveranciers van Roularta Media Group actief trachten deze risico's te beheersen door middel van beleidslijnen, risicomanagement, procesmonitoring en het stellen van doelen.

7.4.11. TARGETS DIE ROULARTA MEDIA GROUP OPZET T.O.V. HAAR WAARDEKETEN (UPSTREAM)

De afgelopen jaren heeft Roularta Media Group tal van initiatieven ondernomen om duurzame consumptie- en productiepatronen te waarborgen. In lijn met deze ambitie zijn diverse

doelstellingen vastgelegd, waaronder het gebruik van gecertificeerd papier, duurzame inkt en een minimumpercentage aan ondertekende duurzaamheidscharters.

Een overzicht van de huidige doelstellingen en de behaalde resultaten is te vinden in hoofdstuk 3 "Resultaten targets en KPI's 2024".

BESLUIT

Tot zover dit eerste duurzaamheidsverslag in het kader van de CSRD-regelgeving en de ESRS-standaarden en op basis van de EFRAG-datapunten.

Hoewel het omwille van de vele vereisten een vrij uitgebreid verslag is geworden, is het niet volledig. Tegelijk zullen in de komende jaren een aantal infaseringsclausules niet meer aan de orde zijn. Zo is er de specifieke positie van de freelancer in het ondernemingslandschap en dan vooral in de media. Het is maar de vraag wanneer een freelancer effectief structureel deel uitmaakt van een groep mensen die op een georganiseerde manier de bedrijfsdoelstellingen nastreven. Heeft dat te maken met de aard, duurtijd of regelmaat van de uitgeoefende taak of met de aanwezigheid op de werkvloer? Een uitdaging van de komende periode. Net als die andere infaseringsclausule, rond de link tussen de duurzaamheidsaspecten en de financiële aspecten die eraan verbonden zijn.

Voorts is het belangrijk om met het oog op de toekomst enkele opvolgingspunten te formuleren. Dan gaat het met name om het opvolgen van de vooropgestelde targets, zoals die van het klimaattransitieplan, maar ook om verschuivingen binnen de bedrijfsactiviteiten. Zo moet de toekomst uitwijzen hoe de digitale impact op de CO₂-uitstoot zal evolueren.

De allicht grootste uitdaging – niet op vlak van duurzaamheid maar qua rapportering – is tot slot de waardeketen. De infaseringsperiode van drie jaar neemt immers niet weg dat het inwinnen van informatie bij alle betrokken partijen (upstream en downstream) een nieuw gegeven uitmaakt. In dat licht valt vandaag op dat die opdracht het grootste struikelblok vormt binnen het SBTi-traject, en de voornaamste reden van het afhaken van bedrijven wat scope 3 betreft. Gelukkig situeren de meeste grote leveranciers zich in het aan de CSRD-richtlijnen onderworpen Europa en zijn de grootste scope 3-bedrijven reeds SBTi-gecertificeerd.

Intussen bouwt Roularta Media Group gestaag verder aan een duurzame toekomst voor haar klanten en haar medewerkers, onder het motto *'One Team, One Family, One Planet'*.

ANNEX I TOPICS/ SUBTOPICS/ SUBSUB- TOPICS

THEMATISCHE ERS	Duurzaamheidsthema's behandeld in thematische ESRS		
	Thematisch	Sub-thematisch	Sub-sub-thematisch
ESRS E1	Klimaat-verandering	• Klimaatadaptatie • Klimaatmitigatie • Energie	
ESRS E2	Verontreiniging	• Luchtverontreiniging • Waterverontreiniging • Bodemverontreiniging • Verontreiniging levende organismen en voedselbronnen • Zorgwekkende stoffen • Zeer zorgwekkende stoffen • Microplastics	
ESRS E3	Water en mariene hulpbronnen	• Water • Mariene hulpbronnen	• Waterverbruik • Wateronttrekking • Waterlozing • Waterlozing in oceanen • Ontginning en gebruik mariene hulpbronnen
ESRS E4	Biodiversiteit en ecosystemen	• Directe drukfactoren biodiversiteitsverlies	• Klimaatverandering • Verandering in gebruik land, zoet water en zee • Directe exploitatie • Invasieve exoten • Verontreiniging • Overig
		• Impact op toestand soorten	Voorbeelden: • Populatiegrootte soort • Mondiaal risico uitsterven soort
		• Impact op omvang en toestand ecosystemen	Voorbeelden: • Landdegradatie • Verwoestijning • Bodemafdekking
		• Impacts op en afhankelijkheden van ecosysteemdiensten	
ESRS E5	Circulaire economie	• Materiaalinstromen, incl. materiaalgebruik • Materiaaluitstromen m.b.t. producten en diensten • Afval(stoffen)	

THEMATISCHE ERS	Duurzaamheidsthema's behandeld in thematische ESRS		
	Thematisch	Sub-thematisch	Sub-sub-thematisch
ESRS S1	Eigen personeel	• Arbeidsvoorwaarden	• Baanzekerheid • Werktijden • Leefbaar loon • Sociale dialoog • Vrijheid van vereniging, het bestaan van ondernemingsraden, en de informatie-, consultatie- en participatierechten van werknemers • Collectieve onderhandelingen, incl. cao-dekkingsgraad werknemers • Werk-privébalans • Veiligheid en gezondheid
		• Gelijke behandeling en gelijke kansen voor iedereen	• Gendergelijkheid en gelijke beloning bij gelijkwaardig werk • Opleiding en ontwikkeling vaardigheden • Werkgelegenheid voor en inclusie van mensen met een beperking • Maatregelen tegen geweld en intimidatie op de werkvloer • Diversiteit
		• Andere arbeidsrechten	• Kinderarbeid • Gedwongen arbeid • Adequate huisvesting • Privacy
ESRS S2	Werknemers in de waardeketen	• Arbeidsvoorwaarden	• Baanzekerheid • Werktijden • Leefbaar loon • Sociale dialoog • Vrijheid van vereniging, incl. bestaan ondernemingsraden • Collectieve onderhandelingen • Werk-privébalans • Veiligheid en gezondheid
		• Gelijke behandeling en gelijke kansen voor iedereen	• Gendergelijkheid en gelijke beloning bij gelijkwaardig werk • Opleiding en ontwikkeling vaardigheden • Werkgelegenheid voor en inclusie van mensen met een beperking • Maatregelen tegen geweld en intimidatie op de werkvloer • Diversiteit
		• Andere arbeidsrechten	• Kinderarbeid • Gedwongen arbeid • Adequate huisvesting • Privacy

THEMATISCHE ERS	Duurzaamheidsthema's behandeld in thematische ESRS		
	Thematisch	Sub-thematisch	Sub-sub-thematisch
ESRS S3	Getroffen gemeenschappen	Economische, sociale en culturele rechten van gemeenschappen	- Adequate huisvesting - Voldoende te eten - Schoon water en sanitair - Impact op gronden - Impact op veiligheid
		Burger- en politieke rechten van gemeenschappen	- Vrijheid van meningsuiting - Vrijheid van vergadering - Impacts op verdedigers mensenrechten
		Rechten inheemse volken	- Vrijwillige, voorafgaande en geïnformeerde instemming - Zelfbeschikking - Culturele rechten
ESRS S4	Consumenten en eindgebruikers	Impact op informatie voor consumenten en/of eindgebruikers	- Vrijwillige, voorafgaande en geïnformeerde instemming - Zelfbeschikking - Culturele rechten
		Persoonlijke veiligheid consumenten en/of eindgebruikers	- Veiligheid en gezondheid - Veiligheid van een persoon - Bescherming kinderen
		Sociale inclusie consumenten en/of eindgebruikers	- Non-discriminatie - Toegang tot producten en diensten - Maatschappelijk verantwoorde marketingpraktijken
ESRS G1	Zakelijk gedrag	- Bedrijfscultuur - Bescherming klokkenluiders - Dierenwelzijn - Verhouding met de politiek en lobbyactiviteiten - Beheer relaties met leveranciers, incl. betalingspraktijken	
		Corruptie en omkoping	- Preventie en opsporing, incl. opleiding - Incidenten

ANNEX II REFERENTIE TABEL

SECTIE	ESRS Standaard		Rapportage-eisen	Pagina
Algemene toelichtingen	Algemene toelichtingen (ESRS 2)	BP-1	Algemene grondslag voor het opstellen van de duurzaamheidsverklaring	p. 27
		BP-2	Specifieke omstandigheden	p. 27
		GOV-1	De rol van de bestuurs-, leidinggevende en toezichthoudende organen	p. 29
		GOV-2	Informatie verschaft aan en omgang met duurzaamheidsthema's door bestuurs-, leidinggevende wen toezichthoudende organen van de onderneming	p. 29
		GOV-3	Integratie van duurzaamheidsprestaties in beloningsregelingen	p. 30
		GOV-4	Due diligenceverklaring	p. 30
		GOV-5	Risicobeheersing en interne controles	p. 31
		SBM-1	Strategie, businessmodel en waardeketen	p. 31
		SBM-2	Belangen en opvattingen van stakeholders	p. 32
		SBM-3	Materiële risico's, impacten en opportuniteiten (IRO's)	p. 34
		IRO-1	Beschrijving van de processen om materiële impacten, risico's en kansen in kaart te brengen en te analyseren	p. 46
		IRO-2	Rapportage-eisen in ESRS opgenomen in de duurzaamheidsverklaring van de onderneming	P. 278
		MDR-P	Polities met betrekking tot de materiële topics	p. 41
Klimaatgerelateerde toelichtingen	Klimaatverandering (ESRS E1)	MDR-T	Overzicht targets en KPI's	p. 43
		GOV-3	Integratie van duurzaamheidsprestaties in beloningsregelingen	p. 51
		E1-1	Transitieplan voor klimaatmitigatie	p. 51
		SBM-3	Materiële impacten, risico's en kansen en de werking daarvan met strategie en businessmodel	p. 53
		IRO-1	Beschrijving van de processen om materiële klimaatimpacten, -risico's en -kansen in kaart te brengen en te analyseren	p. 54
		E1-2	Beleid ten aanzien van klimaatmitigatie	p. 54
		E1-3	Maatregelen en middelen wat betreft beleid ten aanzien van klimaatverandering	p. 55
		E1-4	Doelen inzake klimaatmitigatie	p. 59
		E1-5	Energieverbruik en energiemix	p. 62
		E1-6	Bruto scope 1-, 2-, 3-emissies en totale broeikasgasemissies	p. 64

SECTIE	ESRS Standaard		Rapportage-eisen	Pagina
Klimaatgerelateerde toelichtingen	Verontreiniging (ESRS E2)	IRO-1	Beschrijving van de processen om materiële impacten, risico's en kansen in kaart te brengen en te analyseren	p. 73
		E2-1	Beleid ten aanzien van verontreiniging	p. 74
		E2-2	Maatregelen en middelen wat betreft verontreiniging	p. 76
		E2-3	Doelen wat betreft verontreiniging	p. 76
		E2-4	Verontreiniging van lucht, water en bodem	p. 77
	Water en mariene hulpbronnen (ESRS E3)		Niet materieel voor Roularta Media Group in eigen operatie. Toelichting in het hoofdstuk van de waardeketen	p. 103
	Biodiversiteit en ecosystemen (ESRS E4)		Niet materieel voor Roularta Media Group in eigen operatie. Toelichting in het hoofdstuk van de waardeketen	p. 104
	Materiaalgebruik en circulaire economie (ESRS E5)	IRO-1	Beschrijving van de processen om materiële impacten, risico's en kansen in kaart te brengen en te analyseren	p. 78
		E5-1	Beleid ten aanzien van materiaalgebruik en circulaire economie	p. 79
		E5-2	Beleid en middelen inzake materiaalgebruik en circulaire economie	p. 79
		E5-3	Doelen wat betreft materiaalgebruik en circulaire economie	p. 80
		E5-5	Materiaaluitstromen	p. 81
Sociaalgerelateerde toelichtingen	Eigen personeel (ESRS S1)	SBM-3	Materiële impacten, risico's en kansen en de wisselwerking met strategie en businessmodel	p. 82
		S1-1	Beleid ten aanzien van eigen personeel	p. 83
		S1-2	Processen om met eigen personeel en werknemersvertegenwoordigers te overleggen over impacten	p. 85
		S1-3	Processen voor herstel van negatieve impacten en kanalen voor eigen personeel om zorgen kenbaar te maken	p. 85
		S1-4	Acteren op materiële impacten op eigen personeel, en benaderingen om wat eigen personeel betreft materiële risico's te beheersen en materiële kansen te benutten, en de effectiviteit van die maatregelen	p. 86
		S1-5	Doelen wat betreft het beheersen van materiële negatieve impacten, het bevorderen van positieve impacten en het beheersen van materiële risico's en kansen	p. 87
		S1-6	Kenmerken van de werknemers van de onderneming	p. 89
		S1-9	Diversiteitsmaatstaven	p. 90
		S1-17	Incidenten, klachten en ernstige impacten op het gebied van mensenrechten	p. 90
	Werknemers in de waardeketen (ESRS S2)		Niet materieel voor Roularta Media Group in eigen operatie. Toelichting in het hoofdstuk van de waardeketen	p. 105

SECTIE	ESRS Standaard		Rapportage-eisen	Pagina
Sociaalgerelateerde toelichtingen	Getroffen Gemeenschappen (ESRS S3)		Niet materieel. Aanvullende entiteitspecifieke informatie is te vinden onder deze standaard: Brainprint en community building	p. 91
	Consumenten en Eindgebruikers (ESRS S4)	SBM-3	Materiële impacten, risico's en kansen en de wisselwerking met strategie en businessmodel	p. 93
		S4-1	Beleid ten aanzien van consumenten en eindgebruikers	p. 94
		S4-2	Processen om met consumenten en eindgebruikers te overleggen over impacten	p. 96
		S4-3	Processen voor herstel van negatieve impacten en kanalen voor consumenten en eindgebruikers om zorgen kenbaar te maken	p. 97
		S4-4	Acteren op materiële impacten op consumenten en/of eindgebruikers en benaderingen om met betrekking tot consumenten en eindgebruikers materiële risico's te beheersen en materiële kansen te benutten, en de effectiviteit van die maatregelen	p. 98
		S4-5	Doelen wat betreft het beheersen van materiële negatieve impacten, het bevorderen van positieve impacten en het beheersen van materiële risico's en kansen	p. 99
			Aanvullende entiteitspecifieke informatie: digitale innovatie en IT-betrouwbaarheid	p. 100
Bestuurgerelateerde toelichtingen	Zakelijk gedrag (ESRS G1)		Niet materieel.	

ANNEX III

LIJST VAN DATAPUNTEN IN DWARSDOOR SNIJDENDE EN THEMATISCHE STANDAARDEN DIE VOORTKOMEN UIT ANDERE EU- WETGEVING

In de onderstaande tabel zijn alle datapunten opgenomen die voortvloeien uit andere EU-wetgeving zoals vermeld in bijlage B van ESRS 2, waarbij is aangegeven waar de datapunten in het verslag te vinden zijn en welke datapunten als 'niet materieel' zijn beoordeeld.

RAPPORTAGE-EIS	Datapunt	SFDR referentie	Pijler 3 referentie	Referentie benchmark verorde- ning	Referentie EU- Klimaat- wet	Pagina
ESRS 2 GOV-1 Genderdiversi- teit raad van bestuur	alinea 21(d)	x		x		p. 112
ESRS 2 GOV-1 Percentage onafhankelijke bestuurders	alinea 21(e)			x		p. 104
ESRS 2 GOV-4 Due-diligence- verklaring	alinea 30	x				p. 30
ESRS 2 SBM-1 Betrokkenheid bij activiteiten m.b.t. activitei- ten fossiele brandstoffen	alinea 30	x		x		Niet van toepassing
ESRS 2 SBM-1 Betrokkenheid bij activiteiten m.b.t. chemi- sche productie	alinea 40 (d) ii	x	x	x		Niet van toepassing
ESRS 2 SBM-1 Betrokkenheid bij activiteiten m.b.t. contro- versiële wapens	alinea 40 (d) iii	x		x		Niet van toepassing
ESRS 2 SBM-1 Betrokkenheid bij activiteiten m.b.t. teelt en productie tabak	alinea 40 (d) iv			x		Niet van toepassing
ESRS E1-1 Transitieplan om tegen 2050 klimaatneutraliteit te bereiken	alinea 14				x	p. 51
ESRS E1-1 Ondernemingen uitge- sloten van op Overeenkomst van Parijs afgestemde benchmarks	alinea 16 (g)		x	x		p.218
ESRS E1-4 Doelen BKG- emissiereductie	alinea 34	x	x	x		p. 59

RAPPORTAGE-EIS	Datapunt	SFDR referentie	Pijler 3 referentie	Referentie benchmark verordening	Referentie EU- Klimaat- wet	Pagina
ESRS E1-5 Totale energieverbruik uit hernieuwbare bronnen, uitgesplitst naar bronnen (alleen sectoren met grote klimaatimpact)	alinea 38	x				p. 62
ESRS E1-5 Energieverbruik en energiemix	alinea 37	x				p. 62
ESRS E1-5 Energie-intensiteit activiteiten in sectoren met grote klimaatimpact	alinea 40-43	x				p. 62
ESRS E1-6 Bruto scope 1-, 2-, 3-emissies en totale BKG-emissies	alinea 44	x	x	x		p. 64
ESRS E1-6 Intensiteit bruto-BKG- emissies	alinea 53-55	x	x	x		p. 64
ESRS E1-7 BKG-verwijderingen en carbon credits	alinea 56				x	Niet van toepassing voor RMG
ESRS E1-9 Blootstelling benchmarkportefeuille aan fysieke klimaatrisico's	alinea 66			x		Ingefaseerd – Niet in verslag
ESRS E1-9 Uitsplitsing geldbedragen in acuut en chronisch fysiek risico	alinea 66 (a)		x			Ingefaseerd – Niet in verslag
ESRS E1-9 Locatie significante activa die materieel fysiek risico lopen	alinea 66 (c)		x			Ingefaseerd – Niet in verslag
ESRS E1-9 Uitsplitsing boekwaarde vastgoedactiva naar energie- efficiëntieklasse	alinea 67 (c)		x			Ingefaseerd – Niet in verslag
ESRS E1-9 Mate blootstelling portefeuille aan klimaatkansen	alinea 69			x		Ingefaseerd – Niet in verslag
ESRS E2-4 Hoeveelheid emissies naar lucht, water en bodem van elke verontreinigende stof in bijlage II bij E- PRTR- verordening (Europees register uitstoot en overbrenging verontreinigende stoffen)	alinea 28	x				p. 77
ESRS E3-1 Water en mariene hulpbronnen	alinea 9	x				Niet materieel
ESRS E3-1 Specifiek beleid	alinea 13	x				Niet materieel
ESRS E3-1 Duurzame oceanen en zeeën	alinea 14	x				Niet materieel

RAPPORTAGE-EIS	Datapunt	SFDR referentie	Pijler 3 referentie	Referentie benchmark verordening	Referentie EU- Klimaat- wet	Pagina
ESRS E3-4 Totale hoeveelheid gerecycled en hergebruikt water	alinea 29	x				Niet materieel
ESRS E3-4 Totale hoeveelheid gerecycled en hergebruikt water	alinea 16 (a)i	x				Niet materieel
ESRS 2 – IRO-1 – E4	alinea 6 (b)	x				Niet materieel
ESRS 2 – IRO-1 – E4	alinea 16 (c)	x				Niet materieel
ESRS 2 – IRO-1 – E4	alinea 24 (b)	x				Niet materieel
ESRS E4-2 Praktijken of beleid duurzaam beheer bodem / duurzame landbouw	alinea 4 (c)	x				Niet materieel
ESRS E4-2 Praktijken of beleid duurzaam beheer oceanen / zee	alinea 24 (d)	x				Niet materieel
ESRS E4-2 Beleid tegen ontbossing	alinea 37 (d)	x				Niet materieel
ESRS E5-5 Niet-gerecycled afval	alinea 39	x				p. 81
ESRS E5-5 Gevaarlijk afval en radioactief afval	alinea 14 (f)	x				Niet materieel/ niet van toepassing
ESRS 2 – SBM3 – S1 Risico incidenten gedwongen arbeid	alinea 14 (g)	x				p. 248
ESRS 2 – SBM3 – S1 Risico incidenten kinderarbeid	alinea 20	x				Niet materieel
ESRS S1-1 Toezeggingen op gebied van mensenrechtenbeleid	alinea 20	x				p. 83
ESRS S1-1 Due-diligencebeleid rond kwesties aan de orde in fundamentele verdragen 1 t/m 8 van Internationale Arbeidsorganisatie	alinea 21			x		p. 83
ESRS S1-1 Procedures en maatregelen ter voorkoming van mensenhandel	alinea 22	x				p. 83

RAPPORTAGE-EIS	Datapunt	SFDR referentie	Pijler 3 referentie	Referentie benchmark verordening	Referentie EU- Klimaat- wet	Pagina
ESRS S1-1 Beleid of beheersysteem ter voorkoming van arbeidsongevallen	alinea 23	x				p. 83
ESRS S1-3 Klachtenregelingen	alinea 32 (c)	x				p. 85
ESRS S1-14 Aantal sterfgevallen en aantal en aandeel arbeidsongevallen	alinea 88 (b) en (c)	x		x		Niet materieel
ESRS S1-14 Aantal verzuimdagen als gevolg van letsel, ongevallen, dodelijke ongevallen of ziekte	alinea 88 (e)	x				Niet materieel
ESRS S1-16 Niet-gecorrigeerde loonkloof man-vrouw	alinea 97 (a)	x		x		Niet materieel
ESRS S1-16 Ratio buitensporige beloning CEO	alinea 97 (b)	x				Niet materieel
ESRS S1-17 Gevallen van discriminatie	alinea 103 (a)	x				p. 90
ESRS S1-17 Niet-nakoming UNGP's on Business and Human Rights en OESO-richtlijnen	alinea 104 (a)	x		x		p. 90
ESR S2 – SBM3 – S2 Aanzienlijk risico kinder-arbeid of gedwongen arbeid in waardeketen	alinea 11 (b)	x				Niet materieel
ESRS S2-1 Toezeggingen op gebied van Mensenrechtenbeleid	alinea 17			x		Niet materieel
ESRS S2-1 Beleid ten aanzien van werknemers in waardeketen	alinea 18	x				Niet materieel
ESRS S2-1 Niet-nakoming UNGP's on Business and Human Rights en OESO-richtlijnen	alinea 19	x		x		Niet materieel
ESRS S2-1 Due-diligencebeleid rond kwesties aan de orde in fundamentele verdragen 1 t/m 8 van Internationale Arbeidsorganisatie	alinea 19			x		Niet materieel
ESRS S2-4 Mensenrechten- problemen en - incidenten m.b.t. upstream- en downstream- waardeketen	alinea 36	x				Niet materieel

RAPPORTAGE-EIS	Datapunt	SFDR referentie	Pijler 3 referentie	Referentie benchmark verordening	Referentie EU- Klimaat- wet	Pagina
ESRS S3-1 Toezeggingen op gebied van mensenrechten- beleid	alinea 16	x				Niet materieel
ESRS S3-1 Niet-nakoming UNGP's on Business and Human Rights, ILO-beginselen en/of OESO-richtlijnen	alinea 17	x		x		Niet materieel
ESRS S3-4 Mensenrechtenproblemen en -incidenten	alinea 36	x				Niet materieel
ESRS S4-1 Beleid ten aanzien van consumenten en eindgebruikers	alinea 16	x				p. 94
ESRS S4-1 Niet-nakoming UNGP's on Business and Human Rights en OESO-richtlijnen	alinea 17	x		x		p. 94
ESRS S4-4 Mensenrechten- problemen en -incidenten	alinea 35	x				Niet van toepassing
ESRS G1-1 VN-Verdrag tegen corruptie	alinea 10 (b)	x				Niet materieel
ESRS G1-1 Bescherming klokkenluiders	alinea 10 (d)	x				Niet materieel
ESRS G1-4 Geldboeten voor overtredingen wetgeving tegen corruptie en omkoping	alinea 24 (a)	x		x		Niet materieel
ESRS G1-4 Normen bestrijding corruptie en omkoping	alinea 24 (b)	x				Niet materieel

ANNEX IV CAPEX

Financial year N	2024				Substantial	
Economic Activities (1)	Code (a)(2)	CapEx (3)	Proportion of CapEx, year N (4)	Climate Change Mitigation (5)	Climate Change Adaptation (6)	Water (7)
Text		Currency	%	Y; N; N/EL (b) (c)	Y; N; N/EL (b) (c)	Y; N; N/EL (b) (c)
A. Taxonomy-eligible activities						
A.1 Environmentally sustainable activities (Taxonomy-aligned)						
ACTIVITY 1		0,0	0%			
ACTIVITY 1 (d)			%			
ACTIVITY 2			%			
CapEx of environmentally sustainable activities (Taxonomy-aligned) (A.1)			%	%	%	%
Of which Enabling			%	%	%	%
Of which Transitional			%	%		
A.2 Taxonomy-Eligible but not environmentally sustainable activities (not Taxonomy-aligned activities) (g)						
				EL; N/EL (f)	EL; N/EL (f)	EL; N/EL (f)
CapEx of Taxonomy-eligible but not environmentally sustainable activities (not taxonomy-aligned activities) (A.2)			%	%	%	%
Manufacture of low-carbon technologies for transportation	6.5	2,7	14%			
Installation, maintenance, and repair of energy-efficient equipment	7.3	2,1	11%			
Installation, maintenance, and repair of electric vehicle charging stations in buildings (and parkings lots attached to buildings)	7.4	0,1	1%			
A. CapEx of Taxonomy eligible activities (A1+A2)		4,9	26%	%	%	%
B. Taxonomy-non-eligible activities						
CapEx of Taxonomy non-eligible activities		14,3	74%			
TOTAL		19,2	100%			

Contribution Criteria			DNSH criteria ('Does Not Significantly Harm')(h)									
Pollution (8)	Circular Economy (9)	Biodiversity (10)	Climate Change mitigation (11)	Climate Change Adaptation (12)	Water (13)	Pollution (14)	Circular Economy (15)	Biodiversity (16)	Minimum Safe-guards (17)	Proportion of Taxonomy aligned (A.1) or eligible (A.2.) CapEx, year N-1 (18)	Category enabling activity (19)	Category transitional activity (20)
Y; N; N/EL (b) (c)	Y; N; N/EL (b) (c)	Y; N; N/EL (b) (c)	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	%	E	T
										%		
										%		
										%		
%	%	%								%		
%	%	%								%	E	
										%		T
EL; N/EL (f)	EL; N/EL (f)	EL; N/EL (f)										
%	%	%								%		
%	%	%										

(a) The Code constitutes the abbreviation of the relevant objective to which the economic activity is eligible to make a substantial contribution, as well as the Section number of the activity in the relevant Annex covering the objective, i.e.:

- Climate Change Mitigation: CCM
- Climate Change Adaptation: CCA
- Water and Marine Resources: WTR
- Circular Economy: CE
- Pollution Prevention and Control: PPC
- Biodiversity and ecosystems: BIO

For example, the Activity "Afforestation" would have the Code: CCM 1.1

Where activities are eligible to make a substantial contribution to more than one objective, the codes for all objectives should be indicated.

For example, if the operator reports that the activity "Construction of new buildings" makes a substantial contribution to climate change mitigation and circular economy, the code would be: CCM 7.1. / CE 3.1.

The same codes should be used in Sections A.1. and A.2 of this template.

- (b) Y - Yes, Taxonomy-eligible and Taxonomy-aligned activity with the relevant environmental objective
N - No, Taxonomy-eligible but not Taxonomy-aligned activity with the relevant environmental objective
N/EL - not eligible, Taxonomy non-eligible activity for the relevant environmental objective

(c) Where an economic activity contributes substantially to multiple environmental objectives, non-financial undertakings shall indicate, in bold, the most relevant environmental objective for the purpose of computing the KPIs of financial undertakings while avoiding double counting. In their respective KPIs, where the use of proceeds from the financing is not known, financial undertakings shall compute the financing of economic activities contributing to multiple environmental objectives under the most relevant environmental objective that is reported in bold in this template by non-financial undertakings. An environmental objective may only be reported in bold once in one row to avoid double counting of economic activities in the KPIs of financial undertakings. This shall not apply to the computation of Taxonomy-alignment of economic activities for financial products defined in point (12) of Article 2 of regulation (EU) 2019/2088. Non-financial undertakings shall also report the extent of eligibility and alignment per environmental objective, that includes alignment with each of environmental objectives for activities contributing substantially to several objectives, by using the template below

(d) The same activity may align with only one or more environmental objectives for which it is eligible.

(e) The same activity may be eligible and not aligned with the relevant environmental objectives.

(f) EL - Taxonomy eligible activity for the relevant objective
N/EL - Taxonomy non-eligible activity for the relevant objective

(g) Activities shall be reported in Section A.2 of this template only if they are not aligning to any environmental objective for which they are eligible. Activities that align to at least one environmental objective shall be reported in Section A.1 of this template.

(h) For an activity to be reported in Section A.1 all DNSH criteria and minimum safeguards shall be met. For activities listed under A2, columns (5) to (17) may be filled in on a voluntary basis by non-financial undertakings. Non-financial undertakings may indicate the substantial contribution and DNSH criteria that they meet or do not meet in Section A.2 by using: (a) for substantial contribution - Y/N and N/EL codes instead of EL and N/EL and (b) for DNSH - Y/N codes.

ANNEX V

OPEX

Financial year N	2024				Substantial	
Economic Activities (1)						
	Code (a)(2)	OpEx (3)	Proportion of OpEx, year N (4)	Climate Change Mitigation (5)	Climate Change Adaptation (6)	Water (7)
Text		Currency	%	Y; N; N/EL (b) (c)	Y; N; N/EL (b) (c)	Y; N; N/EL (b) (c)
A. Taxonomy-eligible activities						
A.1 Environmentally sustainable activities (Taxonomy-aligned)						
ACTIVITY 1		0,0	0%			
ACTIVITY 1 (d)			%			
ACTIVITY 2			%			
OpEx of environmentally sustainable activities (Taxonomy-aligned) (A.1)			%	%	%	%
Of which Enabling			%	%	%	%
Of which Transitional			%	%		
A.2 Taxonomy-Eligible but not environmentally sustainable activities (not Taxonomy-aligned activities) (g)						
				EL; N/EL (f)	EL; N/EL (f)	EL; N/EL (f)
OpEx of Taxonomy-eligible but not environmentally sustainable activities (not taxonomy-aligned activities) (A.2)			%	%	%	%
Installation, maintenance, and repair of renewable energy technologies	7.6	0,1	0,9%			
A. OpEx of Taxonomy eligible activities (A1+A2)		0,1	0,9%	%	%	%
B. Taxonomy-non-eligible activities						
OpEx of Taxonomy non-eligible activities		6,8	99,1%			
TOTAL		6,9	100%			

Contribution Criteria			DNSH criteria ('Does Not Significantly Harm')(h)									
Pollution (8)	Circular Economy (9)	Biodiversity (10)	Climate Change mitigation (11)	Climate Change Adaptation (12)	Water (13)	Pollution (14)	Circular Economy (15)	Biodiversity (16)	Minimum Safe-guards (17)	Proportion of Taxonomy aligned (A.1) or eligible (A.2.) OpEx, year N-1 (18)	Category enabling activity (19)	Category transitional activity (20)
Y; N; N/EL (b) (c)	Y; N; N/EL (b) (c)	Y; N; N/EL (b) (c)	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	%	E	T
										%		
										%		
										%		
%	%	%								%		
%	%	%								%	E	
										%		T
EL; N/EL (f)	EL; N/EL (f)	EL; N/EL (f)										
%	%	%								%		
%	%	%										

(a) The Code constitutes the abbreviation of the relevant objective to which the economic activity is eligible to make a substantial contribution, as well as the Section number of the activity in the relevant Annex covering the objective, i.e.:

- Climate Change Mitigation: CCM
- Climate Change Adaptation: CCA
- Water and Marine Resources: WTR
- Circular Economy: CE
- Pollution Prevention and Control: PPC
- Biodiversity and ecosystems: BIO

For example, the Activity "Afforestation" would have the Code: CCM 1.1

Where activities are eligible to make a substantial contribution to more than one objective, the codes for all objectives should be indicated.

For example, if the operator reports that the activity "Construction of new buildings" makes a substantial contribution to climate change mitigation and circular economy, the code would be: CCM 7.1. / CE 3.1.

The same codes should be used in Sections A.1. and A.2 of this template.

- (b) Y - Yes, Taxonomy-eligible and Taxonomy-aligned activity with the relevant environmental objective
N - No, Taxonomy-eligible but not Taxonomy-aligned activity with the relevant environmental objective
N/EL - not eligible, Taxonomy non-eligible activity for the relevant environmental objective

(c) Where an economic activity contributes substantially to multiple environmental objectives, non-financial undertakings shall indicate, in bold, the most relevant environmental objective for the purpose of computing the KPIs of financial undertakings while avoiding double counting. In their respective KPIs, where the use of proceeds from the financing is not known, financial undertakings shall compute the financing of economic activities contributing to multiple environmental objectives under the most relevant environmental objective that is reported in bold in this template by non-financial undertakings. An environmental objective may only be reported in bold once in one row to avoid double counting of economic activities in the KPIs of financial undertakings. This shall not apply to the computation of Taxonomy-alignment of economic activities for financial products defined in point (12) of Article 2 of regulation (EU) 2019/2088. Non-financial undertakings shall also report the extent of eligibility and alignment per environmental objective, that includes alignment with each of environmental objectives for activities contributing substantially to several objectives, by using the template below

(d) The same activity may align with only one or more environmental objectives for which it is eligible.

(e) The same activity may be eligible and not aligned with the relevant environmental objectives.

(f) EL - Taxonomy eligible activity for the relevant objective
N/EL - Taxonomy non-eligible activity for the relevant objective

(g) Activities shall be reported in Section A.2 of this template only if they are not aligning to any environmental objective for which they are eligible. Activities that align to at least one environmental objective shall be reported in Section A.1 of this template.

(h) For an activity to be reported in Section A.1 all DNSH criteria and minimum safeguards shall be met. For activities listed under A2, columns (5) to (17) may be filled in on a voluntary basis by non-financial undertakings. Non-financial undertakings may indicate the substantial contribution and DNSH criteria that they meet or do not meet in Section A.2 by using: (a) for substantial contribution - Y/N and N/EL codes instead of EL and N/EL and (b) for DNSH - Y/N codes.

ANNEX VI TURNOVER

Financial year N	2024				
Economic Activities (1)	Code (a)(2)	Turnover (3)	Proportion of Turnover, year N (4)	Climate Change Mitigation (5)	Climate Change Adaptation (6)
Text		Currency	%	Y; N; N/EL (b) (c)	Y; N; N/EL (b) (c)
A. Taxonomy-eligible activities					
A.1 Environmentally sustainable activities (Taxonomy-aligned)					
ACTIVITY 1		0,0	0%		
ACTIVITY 1 (d)			%		
ACTIVITY 2			%		
Turnover of environmentally sustainable activities (Taxonomy-aligned) (A.1)			%	%	%
Of which Enabling			%	%	%
Of which Transitional			%	%	
A.2 Taxonomy-Eligible but not environmentally sustainable activities (not Taxonomy-aligned activities) (g)				EL; N/EL (f)	EL; N/EL (f)
Turnover of Taxonomy-eligible but not environmentally sustainable activities (not taxonomy-aligned activities) (A.2)				%	%
Programming & broadcasting activities	8.3	4,7	1%	%	%
A. Turnover of Taxonomy eligible activities (A1+A2)		4,7	1%	%	%
B. Taxonomy-non-eligible activities					
Turnover of Taxonomy non-eligible activities		315,6	99%		
TOTAL		320,3	100%		

Substantial Contribution Criteria				DNSH criteria ('Does Not Significantly Harm')(h)									
Water (7)	Pollution (8)	Circular Economy (9)	Biodiversity (10)	Climate Change mitigation (11)	Climate Change Adaptation (12)	Water (13)	Pollution (14)	Circular Economy (15)	Biodiversity (16)	Minimum Safe-guards (17)	Proportion of Taxonomy aligned (A.1) or eligible (A.2.) turnover, year N-1 (18)	Category enabling activity (19)	Category transitional activity (20)
Y; N; N/EL (b) (c)	Y; N; N/EL (b) (c)	Y; N; N/EL (b) (c)	Y; N; N/EL (b) (c)	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	%	E	T

											%		
											%		
											%		
%	%	%	%								%		
%	%	%	%								%	E	
											%		T

EL; N/EL (f)	EL; N/EL (f)	EL; N/EL (f)	EL; N/EL (f)										
%	%	%	%								%		
%	%	%	%								%		
%	%	%	%										

(a) The Code constitutes the abbreviation of the relevant objective to which the economic activity is eligible to make a substantial contribution, as well as the Section number of the activity in the relevant Annex covering the objective, i.e.:

- Climate Change Mitigation: CCM
- Climate Change Adaptation: CCA
- Water and Marine Resources: WTR
- Circular Economy: CE
- Pollution Prevention and Control: PPC
- Biodiversity and ecosystems: BIO

For example, the Activity "Afforestation" would have the Code: CCM 1.1

Where activities are eligible to make a substantial contribution to more than one objective, the codes for all objectives should be indicated.

For example, if the operator reports that the activity "Construction of new buildings" makes a substantial contribution to climate change mitigation and circular economy, the code would be: CCM 7.1. / CE 3.1.

The same codes should be used in Sections A.1. and A.2 of this template.

- (b) Y - Yes, Taxonomy-eligible and Taxonomy-aligned activity with the relevant environmental objective
N - No, Taxonomy-eligible but not Taxonomy-aligned activity with the relevant environmental objective
N/EL - not eligible, Taxonomy non-eligible activity for the relevant environmental objective

(c) Where an economic activity contributes substantially to multiple environmental objectives, non-financial undertakings shall indicate, in bold, the most relevant environmental objective for the purpose of computing the KPIs of financial undertakings while avoiding double counting. In their respective KPIs, where the use of proceeds from the financing is not known, financial undertakings shall compute the financing of economic activities contributing to multiple environmental objectives under the most relevant environmental objective that is reported in bold in this template by non-financial undertakings. An environmental objective may only be reported in bold once in one row to avoid double counting of economic activities in the KPIs of financial undertakings. This shall not apply to the computation of Taxonomy-alignment of economic activities for financial products defined in point (12) of Article 2 of regulation (EU) 2019/2088. Non-financial undertakings shall also report the extent of eligibility and alignment per environmental objective, that includes alignment with each of environmental objectives for activities contributing substantially to several objectives, by using the template below

(d) The same activity may align with only one or more environmental objectives for which it is eligible.

(e) The same activity may be eligible and not aligned with the relevant environmental objectives.

(f) EL - Taxonomy eligible activity for the relevant objective
N/EL - Taxonomy non-eligible activity for the relevant objective

(g) Activities shall be reported in Section A.2 of this template only if they are not aligning to any environmental objective for which they are eligible. Activities that align to at least one environmental objective shall be reported in Section A.1 of this template.

(h) For an activity to be reported in Section A.1 all DNSH criteria and minimum safeguards shall be met. For activities listed under A2, columns (5) to (17) may be filled in on a voluntary basis by non-financial undertakings. Non-financial undertakings may indicate the substantial contribution and DNSH criteria that they meet or do not meet in Section A.2 by using: (a) for substantial contribution - Y/N and N/EL codes instead of EL and N/EL and (b) for DNSH - Y/N codes.

DEFINITIES KPI'S

Voor de berekening van de KPI's inzake omzet, capex en opex werden voor zowel de rapportering over 2023 als 2024 volgende definities gehanteerd. De taxonomie data is gebaseerd op IFRS.

KPI 'omzet': het aandeel van de economische activiteiten die voor taxonomie in aanmerking komen in onze totale omzet is berekend als het deel van de omzet gegenereerd door economische activiteiten die voor de taxonomie in aanmerking komen (teller) gedeeld door de geconsolideerde omzet (noemer). De noemer sluit aan met de omzet die in onze geconsolideerde jaarrekening werd gerapporteerd (Toelichting geconsolideerd jaarverslag 4).

Kapitaaluitgaven (capex) KPI: het aandeel van de kapitaaluitgaven dat betrekking heeft op activa of processen die verband houden met voor taxonomie in aanmerking komende economische activiteiten is berekend als het deel van de kapitaaluitgaven dat betrekking heeft op activa of processen die verband houden met voor de taxonomie in aanmerking komende economische activiteiten (teller) gedeeld door de toevoegingen aan materiële en immateriële activa, met inbegrip van de toevoegingen die voortvloeien uit bedrijfscombinaties, zoals gerapporteerd in de geconsolideerde jaarrekening (Toelichtingen geconsolideerd jaarverslag 14 en 15).

Operationele uitgaven (opex) KPI: het aandeel van de operationele uitgaven dat betrekking heeft op activa of processen die verband houden met de voor taxonomie in aanmerking komende activiteiten is berekend als het deel van de operationele uitgaven dat betrekking heeft op activa of processen die verband houden met de voor taxonomie in aanmerking komende activiteiten gedeeld door de geconsolideerde operationele uitgaven als volgt gedefinieerd: de som van niet-gekapitaliseerde kosten voor onderzoek & ontwikkeling, leaseovereenkomsten (voor zover ze niet in de kapitaaluitgaven werden opgenomen), en voor onderhoud en reparatie en andere directe kosten die verband houden met het dagelijkse onderhoud van materiële vaste activa.

ANNEX VII

NUCLEAR AND FOSSIL GAS RELATED ACTIVITIES

Row	Nuclear energy related activities	
1.	The undertaking carries out, funds or has exposures to research, development, demonstration and deployment of innovative electricity generation facilities that produce energy from nuclear processes with minimal waste from the fuel cycle.	NO
2.	The undertaking carries out, funds or has exposures to construction and safe operation of new nuclear installations to produce electricity or process heat, including for the purposes of district heating or industrial processes such as hydrogen production, as well as their safety upgrades, using best available technologies.	NO
3.	The undertaking carries out, funds or has exposures to safe operation of existing nuclear installations that produce electricity or process heat, including for the purposes of district heating or industrial processes such as hydrogen production from nuclear energy, as well as their safety upgrades.	NO
Fossil gas related activities		
4.	The undertaking carries out, funds or has exposures to construction or operation of electricity generation facilities that produce electricity using fossil gaseous fuels.	NO
5.	The undertaking carries out, funds or has exposures to construction, refurbishment, and operation of combined heat/cool and power generation facilities using fossil gaseous fuels.	NO
6.	The undertaking carries out, funds or has exposures to construction, refurbishment and operation of heat generation facilities that produce heat/cool using fossil gaseous fuels.	NO