

# Duurzaam en verantwoord ondernemen

## VERKLARING NIET-FINANCIËLE INFORMATIE [\*]

gebaseerd op de GRI-richtlijnen (Global Reporting Index) voor duurzaamheidsverslaggeving.

Roularta Media Group zet al meer dan twee decennia in op duurzaam en eco-efficiënt ondernemen.

Dit duurzaam en eco-efficiënt ondernemen is ook ingebed in de missie, visie en waarden van het bedrijf (zie blz. 10-11 van dit jaarverslag) met als slagzin **One team, one family, one planet.**

De opzet van duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen bestaat erin een harmonieus evenwicht te vinden tussen drie pijlers: People, Planet en Profit.

Hoe ons duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen zich vertaalt in niet-financiële prestatie-indicatoren, kunt u ook terugvinden in ons waardecreatiemodel (zie blz. 12-15 van dit jaarverslag), waarbij Roularta Media Group in één opslag aan haar stakeholders meegeeft hoe zij met haar activiteiten waarde creëert voor haar stakeholders.

Klanten en in het algemeen onze **stakeholders** hechten steeds meer belang aan transparantie over de oorsprong van onze producten en diensten, alsook aan de mate waarin door een onderneming eco-efficiënt en duurzaam wordt omgesprongen met grondstoffen en energie.

### Focus op kwalitatieve content voor de lezer

In het medialandschap staat Roularta Media Group bekend voor haar kwalitatieve content. Roularta wil deze kaart blijven trekken en haar lezers (surfers, podcastluisteraars,...) voeden met kwalitatieve content en zo blijven inzetten op haar ambitie om haar 'brainprint' te verstevigen. Los van de wekelijkse dan wel maandelijkse inspanningen over al onze merken heen om de 'brainprint' te verstevigen, zetten wij hierna een aantal opmerkelijke redactionele initiatieven van onze merken in de loop van 2022 in de kijker.

Voor het tweede jaar op rij heeft Roularta en in het bijzonder via haar merken Knack/Le Vif en dit in samenwerking met een aantal partners zoals HOGENT, KU Leuven, Uliège (faculteit Gembloux Agro-Bio Tech), Adalia 2.0, Mijn Tuinlab, Bond Beter Leefmilieu, Velt en Het Ministerie voor Natuur, iedereen opgeroepen om in de maand mei hun gras niet te maaien. De actie, die liep onder de slogan **'Zaai geen paniek en maai mei niet'**, beoogt een verbetering van de biodiversiteit. Die wordt bedreigd als gevolg van de klimaatcrisis.

Dankzij de Trends Impact Awards krijgen duurzame en impactvolle ideeën een waardevolle erkenning. Dat kan een hefboomeffect teweegbrengen. De awards dragen bij tot een duurzamere economie, een weerbaardere maatschappij en een veiligere sociale welvaart.

Daarnaast blijft Roularta Media Group als kwaliteitsvolle mediaspeler met focus op goeie content, samen met anderen inzetten op de strijd tegen fake news en op correcte informatiedeling en dit in het licht van kwaliteitsvolle, duurzame informatie aan onze lezers en surfers, enz.

**Het project 'Eerste Hulp Bij Twijfel' (EHBT), een project dat strijdt tegen desinformatie, krijgt voortaan financiële steun van de Vlaamse regering.** 'Eerste Hulp Bij Twijfel' is een samenwerking tussen de journalisten en factcheckers van Knack en VRTNWS, het factcheckplatform deCheckers, technologiespeler Textgain en de universiteiten UA, VUB en KUL. De Vlaamse regering geeft ruim 3 miljoen euro aan 5 projecten die de verspreiding van desinformatie proberen te verhinderen.

## MAAI MEI NIET



**Het merk Trends/Trends-Tendances organiseerde in 2022 in samenwerking met PwC België en AMS de eerste editie van de Trends Impact Awards.**

Deze prijs bekroont bedrijven die boven op de conventionele doelstellingen, zoals een klimaatneutraal of energie-efficiënt beleid, verdergaan in hun engagement voor een duurzamere bedrijfsvoering in overeenstemming met de belangrijkste ESG-criteria en SDG-doelstellingen. In samenwerking met PwC België en AMS wenst Trends met deze award een belangrijke rol te spelen in de transitie naar een duurzamere samenleving. De baggeraar DEME (bij de grote bedrijven) en het inzamelinitiatief Spullenhulp (bij de kmo's) wonnen de eerste editie van de Trends Global Impact Awards.



[\*] Onderdeel van het jaarverslag van de raad van bestuur.

Wat kan je vandaag nog geloven? Het wordt almaar moeilijker om feiten en fictie van elkaar te onderscheiden. De verspreiding van desinformatie tegengaan is een van de grote uitdagingen van de komende jaren.

De redactie van Knack zet al sinds 2012 in op fact-checking. Knacks rubriek ‘Factcheck’ werd zowel in print als digitaal uitgebouwd tot een journalistiek referentiepunt. Ook maakt Knack deel uit van het International Fact-Checking Network (IFCN), de internationale autoriteit in factchecking.

Het project ‘Eerste Hulp Bij Twijfel’ heeft tot doel mensen digitaal veerkrachtiger en weerbaarder te maken tegen desinformatie. ‘Eerste Hulp Bij Twijfel’ wil desinformatie proactief bestrijden, dus nog voor ze breed wordt verspreid. De aanpak moet werken als een vaccin tegen foutieve berichten.



**Flair doet grootschalig onderzoek naar mentale gezondheid bij jonge vrouwen.**  
Op World Mental Health Day (10 oktober 2021) organiseerde Flair een grootschalige bevraging bij jonge vrouwen om te polsen naar hun mentale gezondheid.

De enquête werd ingevuld door ruim 2000 lezers: jonge vrouwen, voornamelijk tussen 18 en 35 jaar. De resultaten van het onderzoek werden gepubliceerd in Flair van 18 januari 2022. Bij het dossier werden ook openhartige interviews gepubliceerd met 7 BV's die vertellen over hun worsteling met mentale problemen. Dit printdossier werd ook online door de redactie verder uitgewerkt in de rubriek ‘Kopzorgen’.



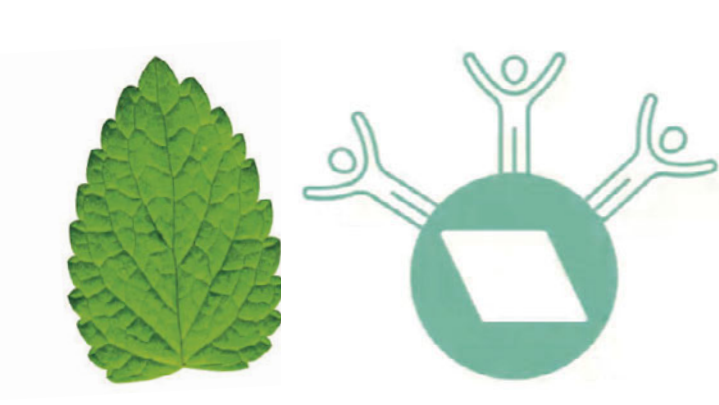
**Kanaal Z lanceerde in 2022 ‘Z-Sustainable Finance’, een serie over duurzaam ondernemen.**  
In de serie leggen experts en ondernemers uit waarom een duurzame bedrijfsstrategie nuttig en nodig is, en lichten ze toe hoe ze die strategie ontwikkelen. ‘Z-Sustainable Finance’ kwam in stand in samenwerking met het Verbond van Belgische Ondernemingen (VBO) en Febelfin. De reeks zet de opportuniteiten van duurzaam ondernemen in de kijker. Experts lichten toe waaruit een ESG-rapportage bestaat en hoe een kmo dit in de praktijk kan aanpakken. Voorts komen bedrijfsleiders aan het woord over hun duurzaamheidsstrategie en over de meerwaarde die ESG-rapportage voor hen betekent.

**De aangewezen mediapartner voor de adverteerder**  
Roularta Media Group slaagt er sinds jaar en dag in om multimediale oplossingen op maat aan te bieden aan adverteerders. Het hoge aantal mogelijkheden maakt het tegelijk soms danig complex voor de klant om de juiste keuzes te maken. Het is en blijft de ambitie van Roularta Media Group om de adverteerder centraal te zetten en vanuit zijn wensen en verzuchtingen de juiste mediaoplossing aan de klant aan te bieden.

Adverteerders zijn meer dan ooit op zoek naar creatieve manieren om geloofwaardig en betrouwbaar met hun doelgroepen te communiceren over hun

merk, zeker in tijden van fake news en adfraude (fake advertising). Ook is het van belang voor de adverteerder om zijn/haar boodschap gericht over te brengen aan zijn specifieke doelgroep en dit alles op een maatschappelijk verantwoorde manier.

Roularta is op basis van haar opgebouwde expertise inzake native advertising, crossmediale creativiteit en contentmarketing gebundeld in één competentiecenter dat op die manier totaaloplossingen kan uitwerken voor de adverteerder, de aangewezen mediapartner voor de adverteerder.



Ook als mediapartner trekt Roularta Media Group de kaart van duurzaamheid. Zo biedt Roularta sedert oktober 2022 aan haar adverteerders en mediabureaus de mogelijkheid om hun advertentiecampagnes te offsetten of te compenseren. Roularta Media Group anticipeert hiermee op de CommToZero coalition – geïnitieerd door o.a. UBA, ACC en de magazinefederatie We Media. Roularta berekent via de Roularta Carbon Calculator de CO<sub>2</sub>-uitstoot van de print- of onlinecampagne van de adverteerder of het mediabureau. De berekende CO<sub>2</sub>-uitstoot van de mediacampagne wordt gecompenseerd door boomaanplantprojecten in Kenia en Europa te ondersteunen.

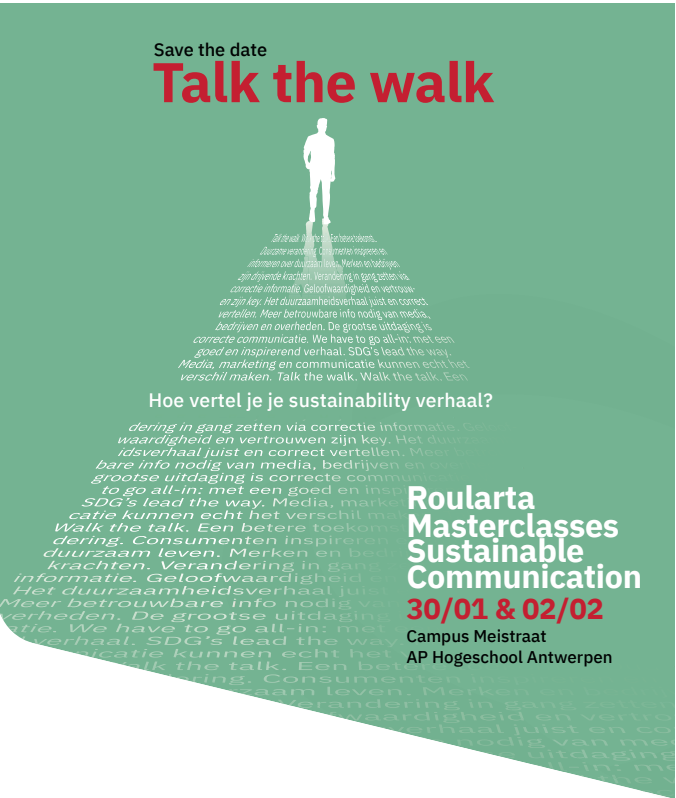
Om de huidige en toekomstige communicatieprofessionals, journalisten en marketeers wegwijs te maken in het onderwerp sustainable communicatie en content, organiseerde Roularta samen met de AP Hogeschool een tweedaagse masterclass met als titel **Walk the talk, Talk the walk.**

Tijdens deze masterclass deelden we namens Roularta Media Group en onze partners, knowhow en expertise rond duurzaamheidscommunicatie.

Dit met als doel andere bedrijven aan te zetten om ook te communiceren rond hun aanpak inzake duurzaamheid en de impact van een duurzame ‘brainprint’ te verbreden.

Met tal van cases, lezingen, workshops en debatten vertelden professionals hoe je als bedrijf een duurzaam discours kunt uitbouwen. Elk merk moet zich vandaag buigen over duurzaamheid, niet enkel op het vlak van beleid maar ook in communicatie. Hoe bouw je zo'n verhaal op? Hoe maak je duurzaamheid zichtbaar voor je consumenten? En hoe communiceer je daar helder en authentiek over?

Met dit initiatief wenst Roularta Media Group, die de laatste jaren sterk heeft ingezet op duurzaamheid, haar stakeholders niet enkel te informeren over wat we doen, maar hen ook te sensibiliseren. Met deze masterclasses dragen we ons steentje bij op het vlak van duurzaamheidseducatie. Want hoe meer *good practices* bekend raken, hoe beter andere bedrijven zich duurzaam kunnen positioneren.



## PERSONEEL

**Roularta Media Group zet in op menselijk kapitaal, personeel en freelancemedewerkers.**

Rekening houdend met de 'war for talent' is het belangrijk als werkgever/opdrachtgever om ambities inzake verantwoord en duurzaam ondernemen duidelijk in de verf te zetten om zo nieuwe medewerkers aan te trekken en te behouden. Enkel met geëngageerde werknemers en zelfstandige medewerkers kunnen wij onze ambitieuze duurzame doelstellingen realiseren.

Roularta Media Group hanteert hiervoor een inclusief **personeelsbeleid** met als doel talentvolle werknemers en zelfstandige medewerkers aan te trekken en aan boord te houden.

Roularta Media Group is ervan overtuigd dat een weerspiegeling van de diversiteit in de samenleving binnen haar personeelsbestand, haar het beste wapent tegen de uitdagingen waarmee wij binnen een zeer competitieve mediawereld worden geconfronteerd.

Daarnaast wordt ook ten volle aandacht besteed aan het principe van inclusie met als doel al onze personeelsleden/medewerkers op een efficiënte wijze ondanks hun persoonlijke verschillen te laten

samenwerken en elkaar vanuit een 'open spirit & mind' te versterken.

Deze basisfilosofie hanteren wij niet enkel bij de instroom van nieuwe personeelsleden/medewerkers, maar ook bij een verdere doorstroom, groei en ontwikkeling van onze huidige personeelsleden en medewerkers.

In het kader van het selectieproces voor een openstaande vacature, een promotie, opleiding of andere HR-gerelateerde materies (zoals o.m. een loonsverhoging), wordt een beleid gevoerd gebaseerd op eerlijkheid, billijkheid en inclusief voor alle medewerkers, ongeacht leeftijd, achtergrond, voorkeuren of sekse.

De afweging om in aanmerking te komen voor een vacature, promotie, opleiding of een andere HR-gerelateerde beslissing wordt steeds in alle onafhankelijkheid en transparantie gemaakt op basis van eigen verdiensten van de (kandidaat-) medewerker, namelijk op basis van zijn/haar eigen geschiktheid/bekwaamheid en desgevallend andere objectieve criteria (zoals loopbaangesprekken, reflectiegesprekken, mutatiedocumenten, enz.).

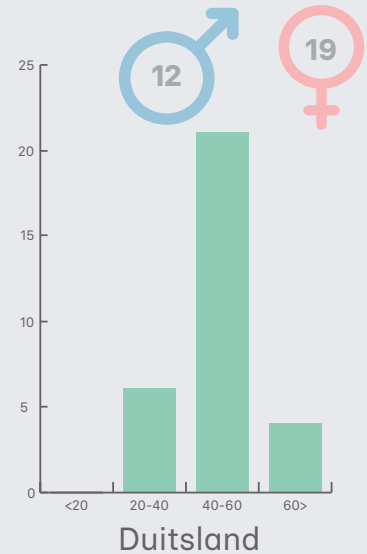
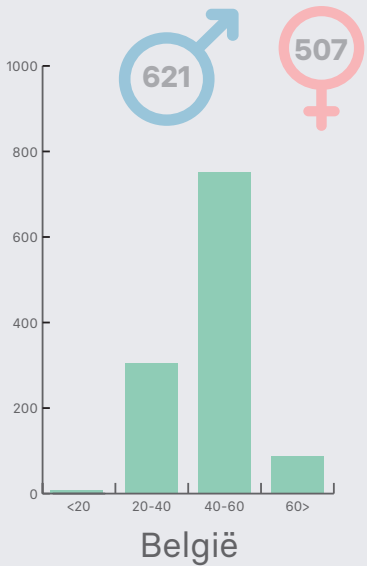
Het vaste personeelsbestand van Roularta Media Group (haar 100% Belgische dochterbedrijven, de NV Studio Aperi Negotium, de Duitse vaste inrichting en de 100% Nederlandse dochtervenootschap Roularta Media Nederland BV) telt per 31 december 2022 1390 mensen, waarvan 722 mannen en 668 vrouwen verdeeld over verschillende leeftijdscategorieën, zoals hiernaast grafisch weergegeven per land.

Daarnaast doet Roularta Media Group voor het aanleveren van kwalitatieve content in België, Nederland en Duitsland een beroep op een uitgebreide groep van meer dan 1600 freelancejournalisten, grafici en fotografen.

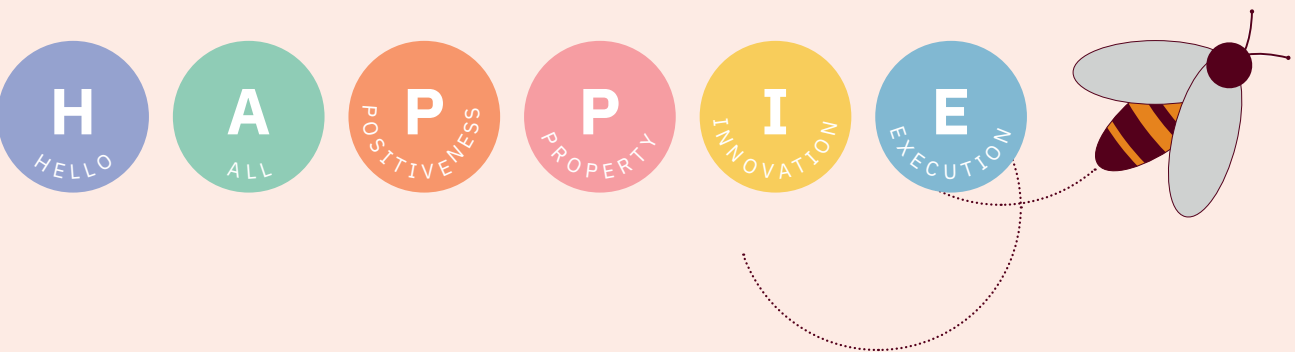
### Duurzaamheid bij het personeel

Op het vlak van duurzaamheid organiseert Roularta Media Group op geregelde tijdstippen 'webinars' gehost door haar CEO, Xavier Bouckaert waarbij er een update wordt gegeven over de realisatie van het bedrijf inzake duurzaamheid.

In het afgelopen jaar werd er binnen het bedrijf een nieuwe concrete stap inzake ons duurzaamheidsbeleid gerealiseerd, namelijk het maximaal **bannen van plastic**, waarbij ook kleine initiatieven een grote impact kunnen hebben. Zo kiezen we na de mooie mokken waarin koffie of thee ongetwijfeld net wat beter smaakt voor de **hervulbare Roularta-Dopperfles**.



**Los van het gevoerde personeelsbeleid, hecht Roularta Media Group als groep ook een belangrijke waarde aan het respectvol omgaan met collega's. Hiertoe werd de Happie-gedragscode gelanceerd.**



Deze gedragscode onderstreept het belang van het respectvol omgaan met elkaar, het samenwerken in harmonie en het vertrouwen krijgen en geven.





#### Roularta besteedt ook heel veel aandacht aan het emotioneel welzijn van haar werknemers en medewerkers.

Roularta Media Group heeft in 2022 een samenwerking opgezet met Goodhabitz, een e-learning-platform met een interessant aanbod van 150 trainingen. Meer dan de helft van deze trainingen richt zich op persoonlijke ontwikkeling. Het gaat vooral om veerkracht en om jezelf beter te leren kennen. Je leert op individuele basis. Je bepaalt zelf wat, wanneer en zelfs waar je leert.

In een wereld waar alles steeds sneller verandert, is de nood aan fysieke en mentale rust groter dan ooit. We wachten maar beter niet tot een persoonlijke crash om te beseffen dat vertragen een manier is om anders te versnellen. Want dan zie en besef je bewuster meer. Die boodschap deelde collega Tommy Browaey (Trends Business Information) tijdens de getuigenis/webinar over zijn burn-out, over hoe hij viel en vooral weer opstond.

Tommy creëerde in dit kader het concept van de 'Ghongha', Hindi voor slak: een **stiltecocon** in de vorm van een reuzegrote slakkenschelp. Bij of in die cocon neem je de ademruimte om letterlijk en figuurlijk stil te staan en innerlijke rust te vinden. De stiltecocon heeft in de Roularta-tuin in

Roeselare zijn plaats gevonden. Dit initiatief kadert in Roularta Media Groups duurzaamheidsstrategie met als motto: een gezonde geest in een gezond lichaam.

Roularta Media Group kan met trots bevestigen, dat mevrouw Veerle Hofman (medewerker HR) met succes de titel heeft behaald van veerkrachtcoach. Met haar kennis en trainingen hoopt Roularta sneller en adequater mentale problemen bij haar medewerkers te kunnen detecteren en hieraan te remediëren.

#### SOCIALE ROL

Naast een duurzame omgang met ons personeel en onze medewerkers, geeft Roularta Media Group ook vrijwillig een invulling aan een sociale, niet-bedrijfsgebonden rol door te investeren in talent, cultuur en nieuwe initiatieven.

Roularta Media Group is bijvoorbeeld een van de stichtende partners van **'Een Hart voor West-Vlaanderen'**, dat zich inzet voor kwetsbare jongeren tot 18 jaar.

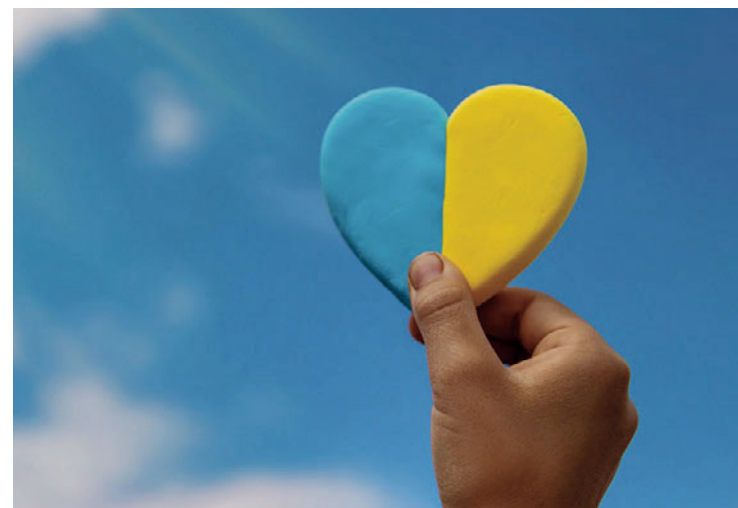
Diverse initiatieven van verenigingen of organisaties (vzw's, vrijwilligerswerkingen, wijk- of oudercomités, enz.) die zich inzetten voor maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren in

hun wijk, buurt of stad, worden door 'Een Hart voor West-Vlaanderen' ondersteund. De focus ligt daarbij op projecten die – soms heel lokaal – het verschil kunnen maken en ook een hefboom kunnen zijn voor bredere initiatieven die nieuwe kansen creëren voor deze kwetsbare doelgroep.

'Een Hart voor West-Vlaanderen' is een initiatief van het Streekfonds West-Vlaanderen in samenwerking met Roularta Media Group, Focus & WTV, De Krant van West-Vlaanderen, De Zondag, en met de steun van de Provincie West-Vlaanderen. In het afgelopen jaar werd door Roularta Media Group een bedrag van 25.000 euro toebedeeld aan 'Een Hart voor West-Vlaanderen' als steun.

Daarnaast draagt Roularta Media Group ook tal van andere non-profitorganisaties, zoals Vocatio, Koning Boudewijnstichting, Stichting tegen Kanker, Leger des Heils, enz. een warm hart toe met giften. Over het boekjaar 2022 werd door Roularta Media Group voor een totaalbedrag van 59.463 euro besteed aan giften aan deze non-profitorganisaties.

Roularta ondersteunde in 2022 ook het consortium 12-12 om waar mogelijk een verschil te maken, hoe klein ook, naar aanleiding van de oorlog in Oekraïne. Dat consortium voor noodhulp situaties is een vereniging van zeven grote humanitaire organisaties in België die zo hun initiatieven extra financieren. Zo stelde Roularta aan het consortium 12-12 gratis mediaruimte ter beschikking waarmee ze oproepen van het consortium tot giften tot in de huiskamer van haar talrijke lezers/surfers kan brengen.



Ook in 2022 hebben Roularta Media Group en haar medewerkers vanuit hun duurzaamheidsgedachte en de Happie-code hun vuist gemaakt tegen pesten. Het thema in 2022 was 'iedereen is anders, iedereen hoort erbij'. Hiermee richt het **Vlaams Netwerk Kies Kleur tegen Pesten** de blik op het omgaan met gelijkenissen en verschillen. We weten allemaal dat iedereen anders is. We weten ook allemaal dat je jezelf moet kunnen zijn om gelukkig te zijn. Dit principe wordt mee gedragen en uitgedragen door Roularta Media Group en haar medewerkers.

#### EERBIEDIGING MENSENRECHTEN - BESTRIJDING VAN CORRUPTIE EN OMKOPING

Roularta waakt erover dat haar management, werknemers, freelancemedewerkers en zakenpartners de mensenrechten met inbegrip van de fundamentele arbeidsnormen respecteren. Om corruptie en omkoping te vermijden, werd er door Roularta Media Group een deontologische code uitgewerkt, die door alle personeelsleden alsook freelance-medewerkers wordt ondertekend.

In het kader van deze deontologische code verbinden medewerkers (zowel vaste als freelance-medewerkers) er zich toe om bij het onderhandelen met derden-leveranciers/klanten geen persoonlijke voordelen (kortingen, giften,...) voor zichzelf en/of hun familie te bedingen.

Alle geschenken (nieuwjaarsgeschenken en andere relatiegeschenken) en uitnodigingen die de medewerker of het personeelslid in het kader van de relatie tussen de leverancier/klant en Roularta

Media Group en/of de met haar verbonden vennootschap ontvangt, moeten worden gemeld aan het diensthoofd en/of de personeelsdienst, die zal zorgen voor een transparante en objectieve verdeling van deze geschenken en/of voordelen over alle medewerkers heen.

## MILIEUAANGELEGENHEDEN

Energie, papier, inkt, drukplaten en additieven zijn de belangrijke grondstoffen in het productieproces van onze papieren kranten en magazines. Ook hier blijft Roularta Media Group inzetten op het verder terugdringen van haar ecologische voetafdruk onder het motto *reduce, reuse and recycle*.

Om deze ambitie te realiseren wordt er door Roularta Media Group blijvend geïnvesteerd in (i) state-of-the-artdrukpersen en andere ecologisch vriendelijke machines zoals de paper wrap-machine; (ii) inkten die 100% voldoen aan het Blauwe Engel-certificaat; (iii) het drukken op papier dat het PEFC- of FSC-label draagt en het voeren van een efficiënt energiemanagementsysteem.

Ook op het vlak van mobiliteit heeft Roularta Media Group sinds 2021 baanbrekende stappen gezet door een verdere en doorgedreven elektrificatie van het omvangrijke bedrijfswagenpark.

Deze verdere elektrificatie van het wagenpark zet zich steeds voort en wordt ook bij onze Nederlandse en Duitse collega's opgepikt en verder uitgerold.

## 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 invoering 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 prestatie-indicatoren' – KPI's) van hun activiteiten die verband houden met activa of processen die verband houden met ecologisch duurzame economische activiteiten.

In 2021 heeft Roularta in lijn met de EU-taxonomie-regelgeving haar activiteiten onder de loep genomen en op basis van een screening van de NACE-codes geoordeeld dat 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 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 2021 worden 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 activa of processen die verband houden met op de taxonomie afgestemde economische activiteiten;
- (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 aankoop van 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.

We hebben geen specifieke noemenswaardige capex-/opex-uitgaven geïdentificeerd voor onze in aanmerking komende activiteit (uitzending van radio- en televisieprogramma's – categorie a), noch heeft de Groep op vandaag formele capex-plannen (categorie b).

Binnen Roularta hebben we voor 2021 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 3.3 *Fabricage van koolstofarme technologieën voor vervoer*);
- 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*).

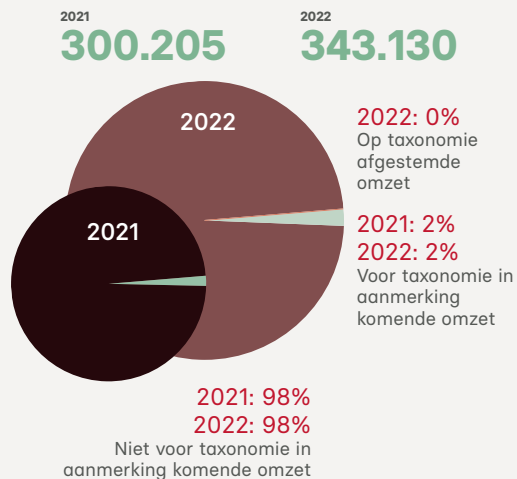
Deze investeringen (in capex en opex) dragen alle bij aan de EU-taxonomiedoelstelling inzake klimaatbescherming.

Voor het boekjaar 2022 werden in lijn met de EU-taxonomieverordening opnieuw enkel de televisieactiviteiten van Kanaal Z/Canal Z weerhouden als activiteit die in aanmerking komt voor de taxonomie en meer bepaald als een economische activiteit die substantieel kan bijdragen aan de adaptatie aan klimaatverandering (= de tweede milieudoelstelling).



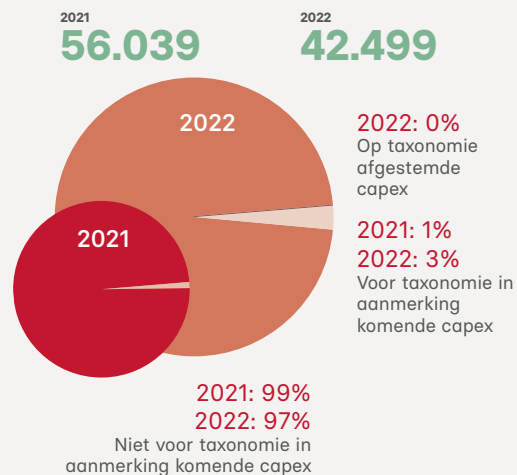
## KPI OMZET\*

TOTALE OMZET IN K EURO



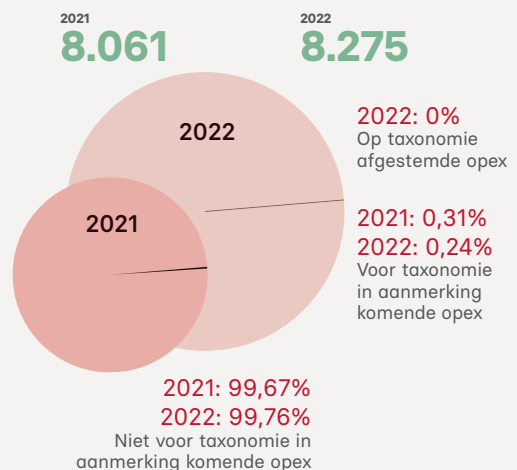
## KPI CAPEX\*

TOTALE CAPEX IN K EURO



## KPI OPEX\*

TOTALE OPEX IN K EURO



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 2022 de activiteiten van Kanaal Z/Canal Z weliswaar voor taxonomie in aanmerking, maar zijn zij op vandaag nog niet op taxonomie afgestemd. De Groep zal inspanningen doen om binnen afzienbare tijd tegemoet te komen aan deze technische screeningscriteria.

Ook voor 2022 hebben wij geen specifieke noemenswaardige capex-/opex-uitgaven geïdentificeerd voor onze in aanmerking komende activiteit (uitzending van radio- en televisieprogramma's – categorie a), noch heeft de Groep op vandaag formele capex-plannen (categorie b).

We hebben voor 2022 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 3.3 *Fabricage van koolstofarme technologieën voor vervoer*);
- 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*).

We hebben geen formele bevestiging i.v.m. de mogelijke taxonomie-afstemming 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 de verdere ontwikkelingen inzake de Europese wetgeving inzake taxonomie verder strikt blijven monitoren en evalueren.



\*Scan deze QR-code voor de bijbehorende tabellen en definities van de KPI's of raadpleeg de bijlagen achteraan in de onlineversie van dit jaarverslag op [www.roularta.be/roularta-op-de-beurs](http://www.roularta.be/roularta-op-de-beurs).

# Roularta Media Group bouwt vandaag mee aan een betere wereld voor morgen

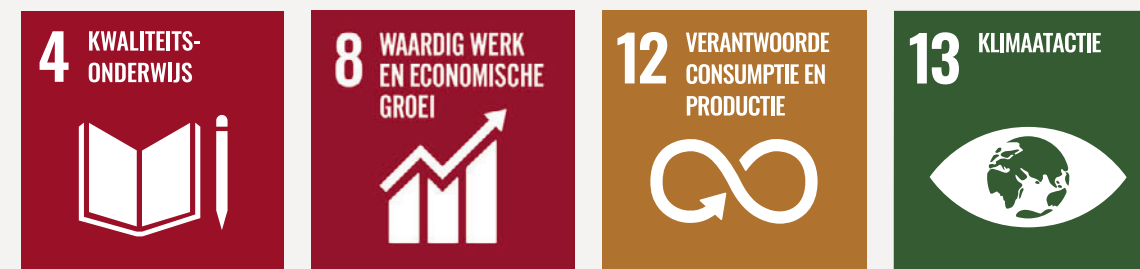
## VIER SPECIFIEKE DUURZAAMHEIDSAMBITIES

*Een goede communicatie rond de inspanningen en de realisaties van ons bedrijf op het gebied van duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen is een must in een competitieve markt.*

*Bij elk project en elke investering houdt Roularta rekening met de duurzaamheidsfactor en poogt ze zoveel mogelijk de ecologische voetafdruk van onze organisatie en onze producten te verminderen en haar brainprint te verhogen.*

*Overtuigd dat ze daadwerkelijk kan meebouwen aan de toekomst, inspireerde Roularta Media Group zich voor haar ambities inzake duurzaamheid op de 17 SDG's van de Verenigde Naties. Als mediabedrijf begrijpt het zijn unieke positie in het duurzaamheidsverhaal. De footprint van Roularta Media Group weegt minder zwaar door dan haar brainprint. De brainprint is de potentiële impact op het gedrag van anderen. Via haar diverse media kan Roularta Media Group miljoenen lezers, surfers en kijkers bereiken en dus informeren met betrekking tot alle aspecten van duurzaamheid en bijgevolg alle 17 SDG's.*

Aan deze vier SDG's werden door Roularta Media Group concreet te realiseren doelstellingen of targets gekoppeld.



Om als bedrijf onze vooruitgang qua realisatie van onze duurzaamheidsambities objectief te gaan meten, geven wij op de volgende bladzijden meer informatie omtrent de huidige status van onze inspanningen ten aanzien van de gestelde targets inzake de SDG's.

# 4 KWALITEITS- ONDERWIJS



## DOELSTELLING SDG:

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

## AMBITIE ROULARTA:

Roularta Media Group bouwt mee aan slimmere en bewustere generaties via betrouwbare, relevante informatie en doelgerichte activiteiten die duurzaam gedrag stimuleren.

## RELEVANTIE:

Investing in opleiding en bewuster maken van alle stakeholders (intern en extern) door betrouwbare, onafhankelijke content en aanzetten tot duurzamer gedrag.

## IMPACT:

Menselijk kapitaal / Brainprint / Individuele ontwikkeling / Welzijn / Maatschappelijke rol van de media

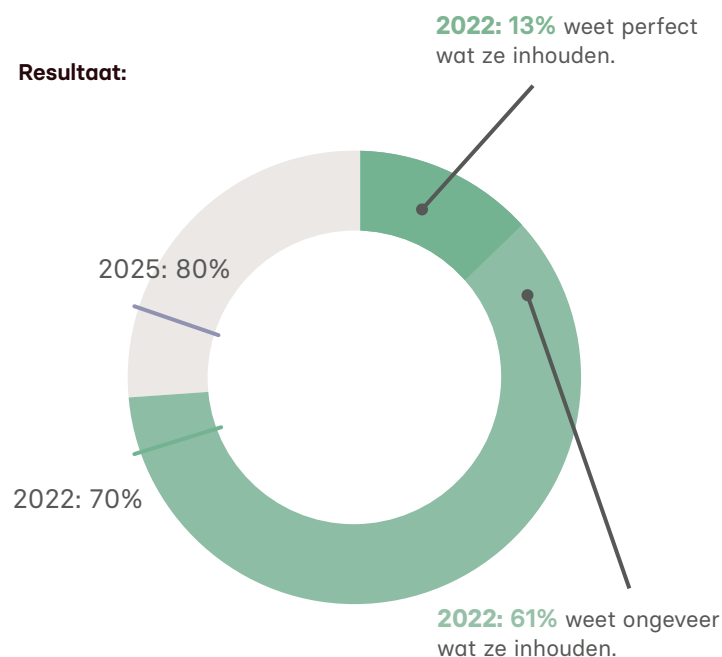
- Doelstelling behaald
- Doelstelling op schema
- Doelstelling niet behaald
- ⌚ Nog te starten

## KENNIS SDG'S MEDEWERKERS

**Target:** in 2021 nulmeting medewerkers kennis SDG's. Eind 2022 kent 70% van de medewerkers de SDG's. Eind 2025 kent meer dan 80% van de medewerkers de SDG's.

**Indicator:** aantal op basis van nulmeting enquête. Aantal op basis van bevraging t.o.v. totale bestand.

### Resultaat:

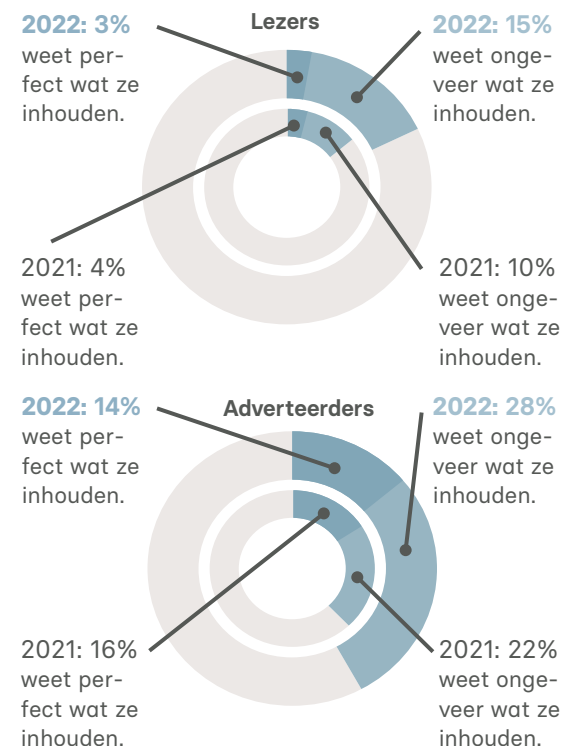


## KENNIS LEZERS/ADVERTEERDERS

**Target:** verbetering van de kennis van de SDG's jaar na jaar. 2021 = nulmeting

**Indicator:** aantal op basis van bevraging via enquête.

### Resultaat:



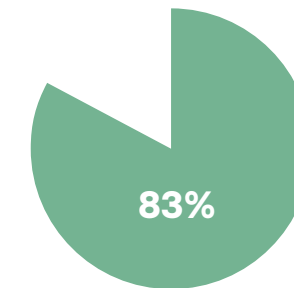
## ENGAGEMENT MEDEWERKERS

**Target:** eind 2021 heeft minstens 50% van de medewerkers het duurzaamheids- & Happie\*-engagement ondertekend. Eind 2022 heeft minstens 75% van de medewerkers het duurzaamheids- & Happie\*-engagement ondertekend.

**Indicator:** % aandeel medewerkers (digitaal + bijlage arbeidsovereenkomst).

### Resultaat:

**2022: 83%**

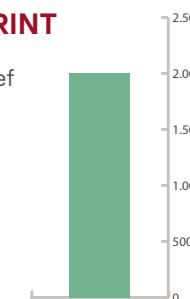


## LEZERS/SURFERS - BRAINPRINT

**Target:** in 2022 minstens 2.000 positief activerende artikels rond SDG's.

**Indicator:** telling aantal artikels.

**Resultaat:** **2022: 2.005** activerende artikels.

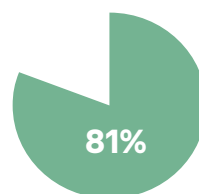


## PARTICIPATIE MEDEWERKERS

**Target:** eind 2022 heeft minstens 50% van de medewerkers actief deelgenomen aan een activatie op het vlak van duurzaamheid. Eind 2025 heeft minstens 50% van de medewerkers 1 x per kwartaal actief deelgenomen aan een activatie op het vlak van duurzaamheid.

**Indicator:** op basis van inschrijving/deelname.

**Resultaat:** **2022: 81%** heeft deelgenomen aan een duurzaamheids-activatie.



## KENNIS LEZERS/ADVERTEERDERS

**Target:** eind 2025 koppelt 80% van de lezers een SDG-doel aan hun titel.

**Indicator:** aantal op basis van bevraging.

**Resultaat:** op te starten.

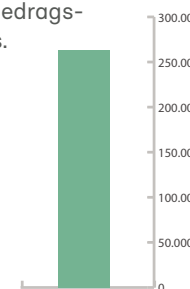


## LEZERS/SURFERS - BRAINPRINT

**Target:** in 2022 minstens 200.000 deelnames aan activiteiten die aanzetten tot een gedragsverandering in het kader van de SDG's.

**Indicator:** telling deelname activiteiten.

**Resultaat:** **2022: 263.457** deelnames aan activiteiten.



\* Happie = gedragscode die staat voor Hello, All, Positiveness, Property, Innovation, Execution.

## 8 WAARDIG WERK EN ECONOMISCHE GROEI



### DOELSTELLING SDG:

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

### AMBITIE ROULARTA:

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.

### RELEVANTIE:

Investering in economische groei en innovatie met aandacht voor duurzaamheid. Waardig werk en welzijn concreet vertalen in de werkomgeving, en dit voor alle medewerkers.

### IMPACT:

Menselijk kapitaal / Veiligheid en gezondheid / Mensenrechten / Diversiteit en inclusie / Vorming

- Doelstelling behaald
- Doelstelling op schema
- Doelstelling niet behaald

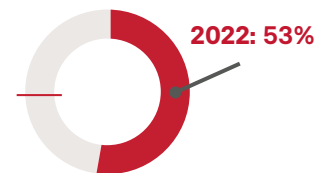
⌚ Nog te starten

### COMMITMENT MEDEWERKERS

**Target:** tegen eind 2022 kent 75% van de medewerkers de afkorting Happie\*.

**Indicator:** bevraging medewerkers.

**Resultaat:**



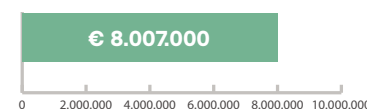
### INNOVATIE

**Target:** voor de jaren 2022-2023-2024 zal RMG elk jaar ofwel minimaal 5.000.000 euro investeren in innovatieve projecten ofwel minstens 10 nieuwe innovatieve projecten realiseren.

**Indicator:** registratie innovatieve projecten + budget.

**Resultaat:**

Investering in 2022:

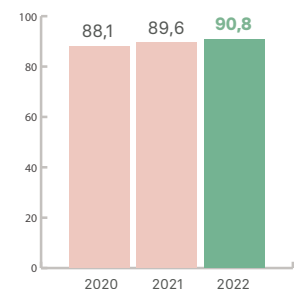


### NIEUWE MEDEWERKERS

**Target:** nieuwe medewerkers geven een tevredenheidsscore van 90% m.b.t. het onboardingproces.

**Indicator:** % medewerkers tevreden/ zeer tevreden.

**Resultaat:**

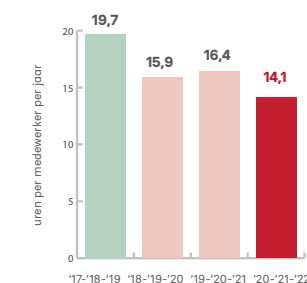


### ONTWIKKELING MEDEWERKERS

**Target:** gemiddeld aantal uren opleiding per medewerker over een periode van 3 jaar minstens gelijk aan 18 uur.

**Indicator:** registratie uren.

**Resultaat:**

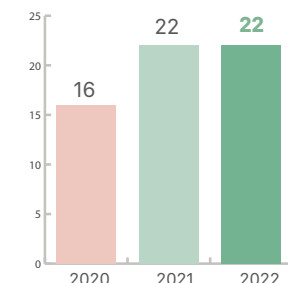


### ONTWIKKELING MEDEWERKERS

**Target:** jaarlijkse organisatie van minstens 20 academies.

**Indicator:** telling aantal infomomenten.

**Resultaat:**

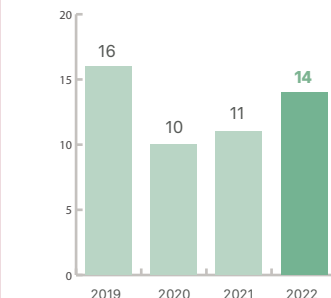


### ONTWIKKELING MEDEWERKERS

**Target:** jaarlijks minstens 10 Fun@Work-sessies/initiatieven ter bevordering van de geestelijke en mentale ontwikkeling en/of info m.b.t. SDG's.

**Indicator:** telling aantal sessies.

**Resultaat:**

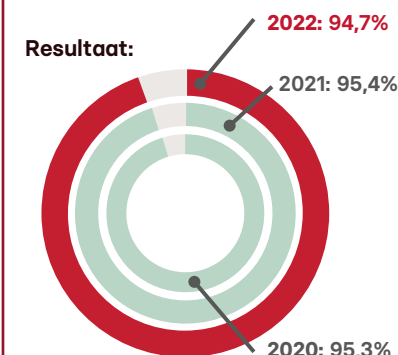


### GEZONDHEID WERKNEMERS

**Target:** aandeel gezonde werkuren minstens 95%.

**Indicator:** 100 - het verzuimpercentage wegens ziekte.

**Resultaat:**

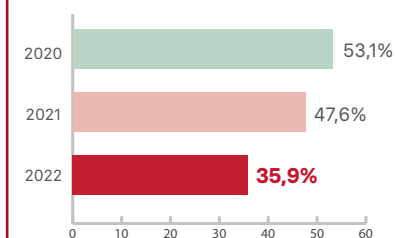


### GEZONDHEID WERKNEMERS

**Target:** aantal medewerkers zonder enig verzuim wegens ziekte minstens 50%.

**Indicator:** percentage 0-verzuim.

**Resultaat:**

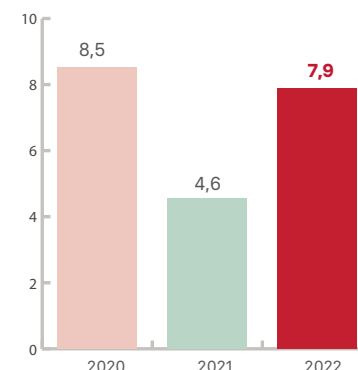


### VEILIGHEID WERKNEMERS

**Target:** aantal arbeidsongevallen per 1.000.000 gewerkte uren minder dan 5.

**Indicator:** aantal arbeidsongevallen en aantal gewerkte uren.

**Resultaat:**

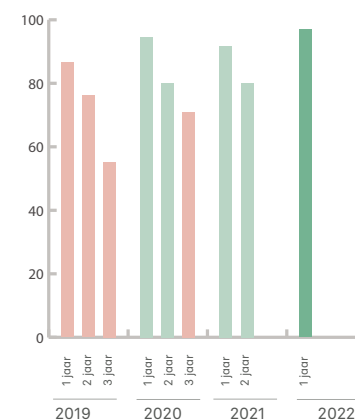


### RETENTIE NIEUWE MEDEWERKERS

**Target:** 1 jaar na aanwerving nog 90% in dienst. 2 jaar na aanwerving nog 80% in dienst. 3 jaar na aanwerving nog 75% in dienst.

**Indicator:** aanwerving per jaar en uit dienst.

**Resultaat:**

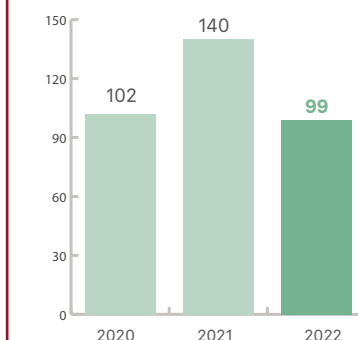


### VEILIGHEID WERKNEMERS

**Target:** aantal verloren dagen door arbeidsongevallen per 1.000.000 gewerkte uren minder dan 150.

**Indicator:** verloren dagen door arbeidsongevallen en aantal gewerkte uren.

**Resultaat:**



\* Happie = gedragscode die staat voor Hello, All, Positiveness, Property, Innovation, Execution.

# 12 VERANTWOORDE CONSUMPTIE EN PRODUCTIE



## DOELSTELLING SDG:

Verzeker duurzame consumptie- en productiepatronen.

## AMBITIE ROULARTA:

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

## RELEVANTIE:

Een duidelijke en expliciete keuze m.b.t. efficiënt gebruik van grondstoffen, vermindering van afval, duurzame aankoop en de samenwerking met leveranciers.

## IMPACT:

Aankoop / Productie / Consumptie / Energieverbruik / Innovatie

- Doelstelling behaald
- Doelstelling op schema
- Doelstelling niet behaald

Nog te starten

## LEVERANCIERS

**Target:** tegen 2023 heeft 30% van de leveranciers van goederen en diensten het duurzaam aankoopcharter ondertekend. Tegen 2025 heeft 50% van de leveranciers van goederen en diensten het duurzaam aankoopcharter ondertekend.

**Resultaat:** op te starten.

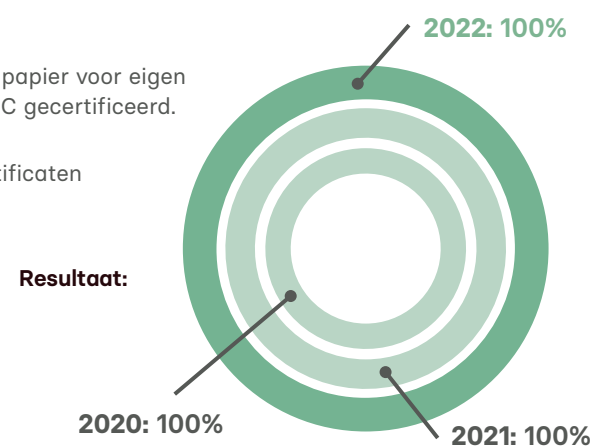


**Indicator:** telling/registratie en opvolging.

## PAPIER

**Target:** al het papier voor eigen werken is PEFC gecertificeerd.

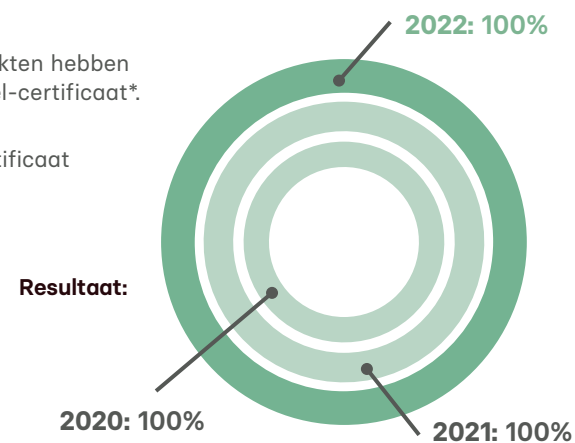
**Indicator:** certificaten



## INKTEN

**Target:** alle inkten hebben het Blue Angel-certificaat\*.

**Indicator:** certificaat



\* Het Blue Angel-ecolabel is een Duits certificaat voor milieuvriendelijke producten.

## VERPAKKING

**Target:** plastic verpakking voor verzending naar abonnees vervangen door paper wrap tegen 2026.

**Resultaat:** op te starten.



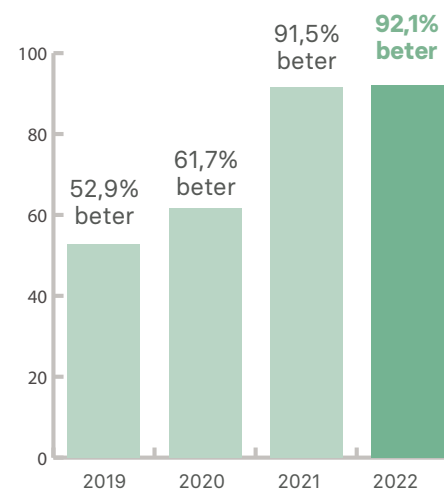
**Indicator:** % wrap t.o.v. totaal.

## EMISSIONS

**Target:** elk jaar 50% beter doen dan de wettelijk opgelegde norm volgens VLAREM II\*\* m.b.t. de totale emissie t.o.v. inktverbruik.

**Indicator:** solventenboekhouding

**Resultaat:**

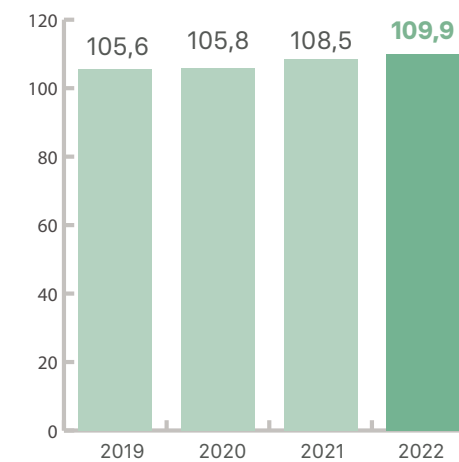


## ISO 50001\*\*\*

**Target:** elk jaar beter scoren op het vlak van energie-performantie.

**Indicator:** EnPI (Energie Performantie Indicator) moet elk jaar 'hoger' zijn; d.w.z. dat we meer halen uit eenzelfde eenheid energie.

**Resultaat:**



## ISO 50001\*\*\*

**Target:** elk jaar het certificaat blijven houden.

**Indicator:** certificaat DNV

**Resultaat:**



\*\* VLAREM = het Vlaams Reglement betreffende de Milieuvergunning.

\*\*\* ISO 50001 is de internationale standaard voor het ontwerp, de implementering, het beheer en het verbeteren van een energiemanagementsysteem.

# 13 KLIMAATACTIE



## DOELSTELLING SDG:

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

## AMBITIE ROULARTA:

Roularta Media Group kiest resoluut voor een duurzamer energie- en grondstoffenbeleid en streeft naar een significant kleinere ecologische voetafdruk, in het bijzonder CO<sub>2</sub>-neutraliteit in 2040.

## RELEVANTIE:

Een verbintenis om concrete inspanningen te leveren om de klimaatverandering te bestrijden, de ecologische voetafdruk te verminderen en een actieplan uit te werken om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te neutraliseren.

## IMPACT:

CO<sub>2</sub>-uitstoot / Broeikasgassen / Reduce-Reuse-Recycle / Biodiversiteit

- Doelstelling behaald
- Doelstelling op schema
- Doelstelling niet behaald

Nog te starten

## CO<sub>2</sub>-METING EN PLAN

**Target:** tegen eind 2022 in kaart brengen van de CO<sub>2</sub>-voetafdruk van RMG en plan van aanpak naar neutraliteit.

**Indicator:** in kaart brengen en berekening.

### Resultaat:

CO<sub>2</sub>-voetafdruk in kaart gebracht. In 2023 wordt verder gewerkt aan een plan richting CO<sub>2</sub>-neutraliteit.

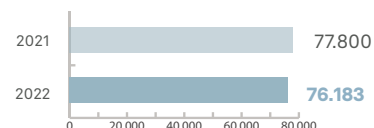
## CO<sub>2</sub>-EVOLUTIE

**Target:** CO<sub>2</sub>-neutraal tegen 2040 jaarlijks berekenen en rapporteren.

**Indicator:** CO<sub>2</sub> meten/berekenen en evolutie opvolgen.

### Resultaat:

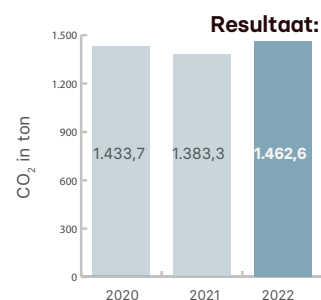
In 2022 werd een reductie van 5,9%\* gerealiseerd.



## BEDRIJFSWAGENS

**Target:** de totale uitstoot van het wagenpark verminderen met 80% tegen 2028 t.o.v. 2019.

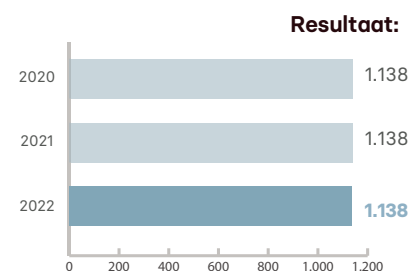
**Indicator:** km diesel en km benzine en respectieve gemiddelde CO<sub>2</sub>-uitstoot.



## HERNIEUWBARE ENERGIE

**Target:** verdubbeling aantal zonnepanelen Roeselare tegen eind 2025 t.o.v. 2020.

**Indicator:** telling



## BIODIVERSITEIT

**Target:** tegen 2026 een stabiele populatie hebben van volgende doelsoorten: egel, torenvalk, groene specht, staartmees, groene kikker, kleine watersalamander, oeverlibel, putter, kleine karekiet, dotterbloem.

**Indicator:** telling



\*Scope 1 en 2.