

Beste,

Op deze pagina's ontdekt u een handig overzicht van alle duurzame initiatieven bij Roularta Media Group. Sommige initiatieven lopen al geruime tijd, andere staan gepland voor de nabije toekomst en nog andere zullen ongetwijfeld worden toegevoegd.

4 SDG's werden uitgekozen in uiteenlopende domeinen, zoals concrete klimaatacties, maar evenzeer kwaliteitsonderwijs, waardig werk en verantwoord consumeren. Hierop zullen we de volgende jaren intens focussen. En dat doen we niet op een vrijblijvende manier, want aan alle acties werden meteen ook concrete targets gekoppeld.

Een ruime meerderheid van onze werknemers hebben zich hiertoe geëngageerd dankzij ons duurzaamheidscharter. Ontdek er snel meer over op de volgende pagina's.

Met duurzame groet en vertrouwen in een mooie toekomst,

Alle teams van Roularta Media Group



One team,
One family,
One planet

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. 30-31 van ons 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. 32-33 van ons 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 2023 in de kijker.

MAAI MEI NIET

**Ik doe mee aan
Maai Mei Niet
En jij?**

knack
durf twijfelen.

Voor de derde keer 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.**

In 2023 werd de Maai Mei Niet-campagne ook voor het eerst in Nederland georganiseerd door het opinieblad EW in samenwerking met Stichting Steenbreek.

Met acties zoals Maai Mei Niet wil Roularta Media Group via haar sterke mediamerken in de eerste plaats de burgers sensibiliseren over de impact die ze zelf kunnen hebben met hun eigen tuin, hoe groot of klein die ook is, op onze biodiversiteit. Daarnaast is Maai Mei Niet een laagdrempelig citizen science-project. Door de actie elk jaar te herhalen, krijgen we meer zicht op wat er groeit in de tuin van onze lezers en op de impact van minder of niet maaien op onze bijen en andere insecten. De jaarlijkse herhaling van de campagne doet de data accumuleren en verhoogt het sensibiliseringseffect.

Het merk Trends/Trends-Tendances organiseerde in 2023 voor de tweede maal in samenwerking met PwC België en Antwerp Management School de Trends Impact Awards.

Dit prestigieuze evenement bekroont bedrijven die zich hebben ingezet voor een duurzaam beheer van hun activiteiten, boven op de traditionele doelstellingen als klimaatneutraliteit en energie-efficiëntie. Met de Trends Impact Awards willen Trends en zijn partners niet alleen bedrijven in de kijker zetten die bijdragen aan een meer duurzame samenleving, maar ook een leidende rol spelen in de energietransitie. Meer dan tweehonderd

**Trends
Impact
awards**

bedrijven stelden zich kandidaat voor de Trends Impact Awards. De bedrijven EnergyVision (installatie van zonnepanelen) en Turbulent (veerkrachtige en kostenefficiënte hydro-elektrische turbines) namen elk een Trends Global Impact Award in ontvangst voor hun voortrekkersrol in duurzaamheid.

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, wordt financieel ondersteund door de Vlaamse regering. 'Eerste Hulp Bij Twijfel' is een samenwerking tussen de journalisten en factcheckers van Knack en



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

VRTNWS, het factcheckplatform deCheckers, technologiespeler Textgain en de universiteiten UA, VUB en KUL.

Wat kan je vandaag nog geloven? Het wordt almaar moeilijker om feiten en fictie van elkaar te onderscheiden. De verspreiding van desinformatie tegenaan 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.



Knack en Le Vif organiseerden een grote seks-enquête: hoe woke denkt de Belg over seks? In de huidige maatschappij worden seks en seksualiteit steeds meer bespreekbaar, maar tegelijkertijd polariseren ze ook steeds meer.

Seksuele voorkeur, gender en relatievormen die van de norm afwijken zorgen voor verhitte discussies in onze maatschappij. Een kant kiezen in dat debat lijkt bijna onvermijdelijk, maar dat doen Knack en Le Vif nu juist niet. Ze kiezen alleen de kant van de twijfel. Want zeker in tijden van woke is het belangrijk om je eigen standpunten in vraag te blijven stellen en open te staan voor nieuwe inzichten. Aan beide kanten van het debat.

In totaal hebben 82.628 Belgen de website met de online test bezocht en hebben 36.486 mensen de test volledig ingevuld – en getwijfeld (het hoogste aantal deelnemers ooit voor een campagne van Knack en Le Vif).



Kanaal Z lanceerde in 2023 twee nieuwe Z-reeksen volledig rond het thema van duurzaamheid.

In de reeks **Z-Water** focust Kanaal Z op recente investeringen om onze maatschappij voor te bereiden op klimaatverandering. De televisiezender werkt in het kader van deze reeks met VLARIO, het overlegplatform & kenniscentrum voor rioleringswerken. Ook verschillende experts komen aan het woord om de maatschappelijke relevantie – en urgentie – van een preventief en duurzaam waterbeleid te onderstrepen.

In de andere nieuwe reeks **Z-Agrifood** brengt Kanaal Z de werking en de services van de AgrifoodTEF voor bedrijven uitgebreid in beeld. Zo zoomen we onder meer in op wat de mogelijkheden zijn van de eerste elektrische en autonoom rijdende tractor voor de landbouw, ziet de kijker welke mogelijkheden robotica biedt voor landbouw met minder chemische gewasbescherming en hoe artificiële intelligentie een bijdrage levert in de strijd tegen ondervoeding bij zorgbehoevende ouderen.



In september 2023 werd door de gratis krant De Zondag een grootschalige brooddozenverkoop aangeboden in samenwerking met fabrikant Amuse.

De opbrengst van deze actie werd integraal geschonken aan Brooddoosnodig, een project van

vwz Enchanté, die zich inzet voor het toegankelijk maken van voedzame maaltijden op school voor elke leerling. Met deze actie willen de drie partijen het taboe rond de legebroomdozenproblematiek doorprikken en honger in de klas tegenaan.

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 CO₂-uitstoot van de print- of onlinecampagne van de adverteerder of het mediabureau. De berekende CO₂-uitstoot van de mediacampagne wordt gecompenseerd door boomaanplantprojecten in Kenia en Europa te ondersteunen.

In aansluiting hierop werd in 2023 de paper wrap-verpakking gelanceerd voor onze magazines. Dankzij de innovatieve paper wrap-verpakking kan er maar liefst 30 kilometer aan plasticfolie bespaard worden per 100.000 exemplaren. Plastic vervan-

gen door papieren verpakking vraagt een belangrijke investering van Roularta Media Group. Om het vervangingsproces te bespoedigen, biedt Roularta Advertising bedrijven aan om de paper wrap te bedrukken met een advertentie.



In 2023 hebben AP Hogeschool en Roularta Media Group opnieuw hun krachten gebundeld voor de tweede editie van de Masterclasses Sustainable Communication. Onder het motto **Walk the talk, Talk the walk** (doe wat je zegt, maar zeg ook wat je doet) hebben partijen opnieuw een tweedaagse opleiding van marketing-, media- en communicatie-professionals die actief zijn in of willen starten met duurzaamheidscommunicatie, georganiseerd. Het initiatief kadert binnen een gezamenlijk streven van beide organisaties naar duurzaamheidssensibilisering en -activatie via een 'brainprint'.

Met een zogenaamde 'brainprint' willen Roularta Media Group en AP Hogeschool elk op hun manier aanzetten tot een duurzamere levensstijl: Roularta Media Group doet dit bij haar bereik van meer dan 3,8 miljoen mediaconsumenten (bron: CIM 2023), AP Hogeschool bij zijn studenten en lectoren. Verenigd voor de Masterclasses Sustainable Communication, trekken ze die 'brainprint' nu voor het tweede jaar op rij door naar alle andere sectoren.

Talk the walk

Roularta Masterclasses Sustainable Communication
30/01 & 02/02
Campus Meistraat
AP Hogeschool Antwerpen

Hoe vertel je je sustainability verhaal?

*Er is vaak twijfel te gevoelen over...
Jouze verander...
interne...
zijn...
correcte informatie...
en zijn key...
vertellen...
correcte communicatie...
goed en inspirerend verhaal...
Media, marketing en communicatie kunnen echt niet.*

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

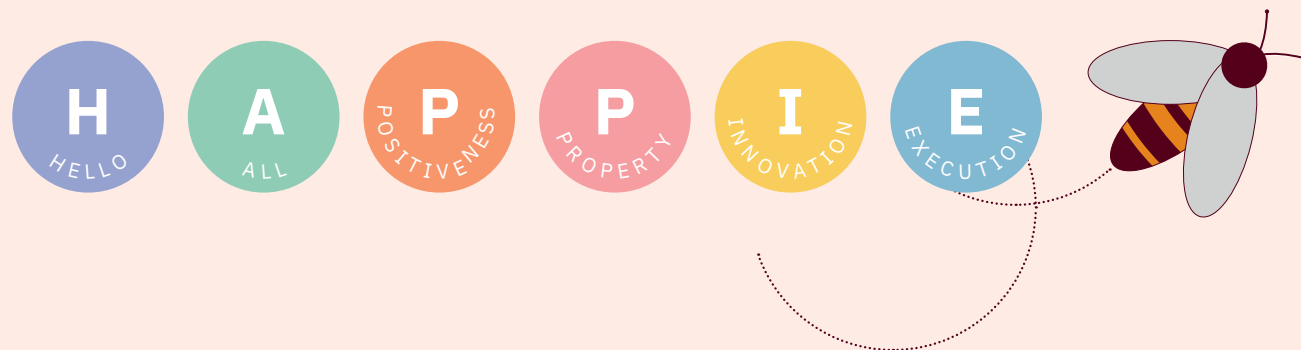
samenwerken en elkaar vanuit een 'open spirit & mind' te versterken.

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.

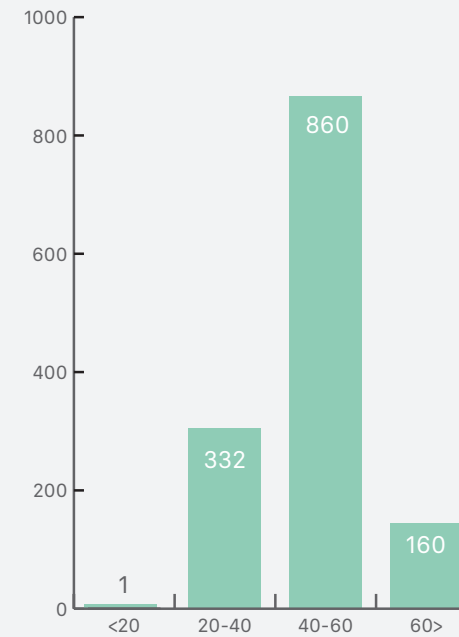
In het kader van het selectieproces voor een openstaande vacature, een promotie, opleiding of andere HR-gerelateerde materies (zoals o.m. een loonsverhoging), wordt een beleid gevoerd gebaseerd op eerlijkheid, billijkheid en inclusief voor alle medewerkers, ongeacht leeftijd, achtergrond, voorkeuren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

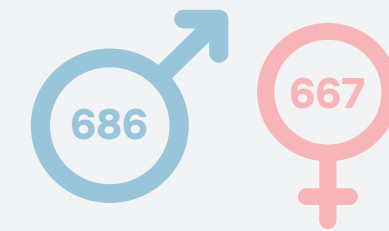
Los van het gevoerde personeelsbeleid, hecht Roularta Media Group als groep ook een belangrijke waarde aan het respectvol omgaan met collega's. Hiertoe werd de Happie-gedragscode gelanceerd.



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



Leeftijdspiramide België, Nederland en Duitsland



Het vaste personeelsbestand van Roularta Media Group* telt per 31 december 2023 1353 mensen, waarvan 686 mannen en 667 vrouwen verdeeld over verschillende leeftijdscategorieën.

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.

Employer Branding

In huidige tijden van war for talent, is het geen evidentie voor bedrijven om nieuwe collega's aan te trekken, de juiste mensen te vinden voor de job of op zoek te gaan naar een goede fit voor het team. Daarom heeft Roularta Media Group beslist om een Employer Branding-oefening te doen. Op die manier kunnen we onze EVP of Employer Value Proposition in kaart brengen. Simpel gezegd, wat is de belofte die we als Roularta kunnen maken naar nieuwe en bestaande werknemers toe? Waarom zou iemand moeten kiezen voor Roularta? Tegelijkertijd willen we ook

heel duidelijk zijn over wie er niet zou passen in onze organisatie.

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

In 2023 werd het personeel via een tevredenheidsenquête (Gallup survey) bevraagd, om zo als bedrijf inzicht te krijgen in wat onze werknemers en medewerkers energie geeft, maar ook wat de energievreters zijn. De bevraging leert ons dat:

- 88% van de collega's tevreden is over de werk-privébalans;
- 90% van de collega's tevreden is over de samenwerking en afspraken met de collega's binnen de afdeling;
- 90% van de collega's vindt dat er voldoende aandacht is voor het thema duurzaamheid.

Uit de bevraging kwamen ook een aantal groeipunten naar voren, waarop Roularta Media Group in de toekomst meer wil gaan inzetten. Een van de geïdentificeerde werkpunten betreft: erkenning of lof geven voor het doen van goed werk.

* Haar 100% Belgische dochterbedrijven, de NV Studio Aperi Negotium, de Duitse vaste inrichting en de Nederlandse dochtervennootschappen Roularta Media Nederland BV, Roularta Mindstyle BV en Pite Media BV.



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 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 2023 werd door Roularta Media Group voor een totaalbedrag van 52.373,11 euro besteed aan giften aan verschillende non-profitorganisaties.

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 freelancemedewerkers 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-artdrukkers en andere ecologisch vriendelijke machines zoals de paper wrap-machine. Roularta Media Group investeerde in 2023 4,5 miljoen euro in nieuwe state-of-the-art eco-efficiënte droogovens voor drie Manroland-magazinepersen. Dankzij de aankoop van drie energiezuinige droogovens vermindert Roularta haar CO₂-uitstoot met 14 procent en vermindert het gas- en elektriciteitsverbruik van de drukkerij met respectievelijk 25 procent en 5 procent; (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.

Net zoals in 2021 en 2022, heeft Roularta in 2023 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 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 2023 worden in lijn met de verslaggeving over voorgaande boekjaren 2021 en 2022 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.

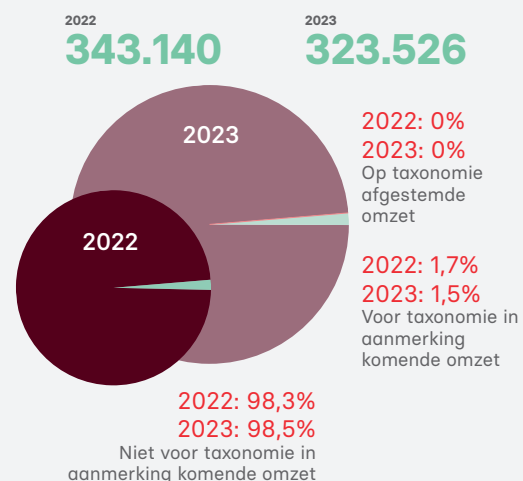
In 2022 werden er geen specifieke noemenswaardige capex-/opex-uitgaven geïdentificeerd voor onze in aanmerking komende activiteit (uitzending van radio- en televisieprogramma's – categorie a), noch heeft de Groep op vandaag formele capex-plannen (categorie b).

Binnen Roularta werden er in 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*).

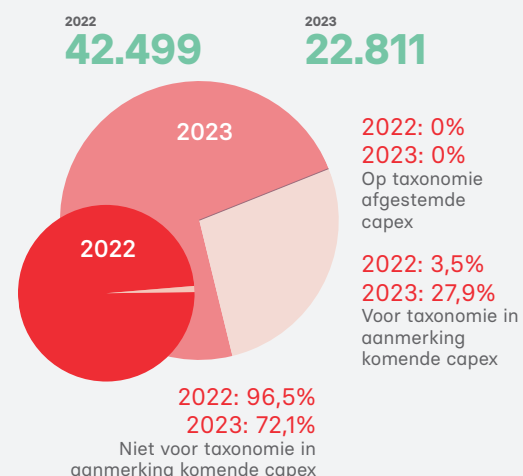
KPI OMZET*

TOTALE OMZET IN K EURO



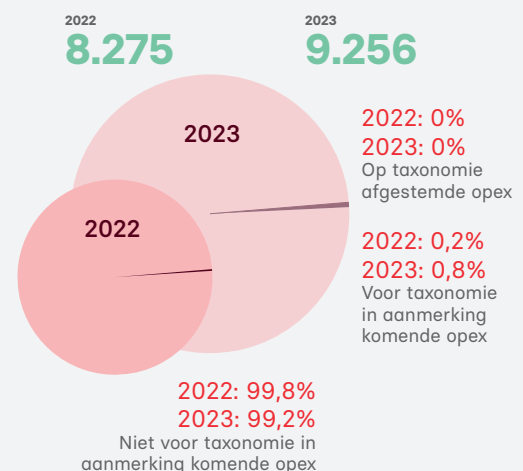
KPI CAPEX*

TOTALE CAPEX IN K EURO



KPI OPEX*

TOTALE OPEX IN K EURO



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 2023 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 voorbereiding op de rapportering vanaf 1 januari 2025 conform de CSRD-richtlijn, zal de Groep ook een stappenplan uitwerken om zo snel mogelijk te beantwoorden aan de technische screeningscriteria.

Net zoals in 2022 hebben wij voor 2023 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 2023 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)*).

De stijging van de KPI van de voor taxonomie in aanmerking komende capex in 2023 kan als volgt worden verklaard: in 2023 werd er door de Groep geïnvesteerd in de aankoop van nieuwe state-of-the-art eco-efficiënte droogovens voor de drie Manroland-magazinepersen. Anderzijds was de totale capex in 2022 veel hoger wegens de overname van New Skool Media BV in Nederland.

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

* Scan de QR-code op de volgende pagina voor de definities van de KPI's.

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 2024 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.



*Scan deze QR-code voor de bijbehorende tabellen en definities van de KPI's of raadpleeg de bijlagen achteraan in de onlineversie van ons jaarverslag op www.roularta.be/roularta-op-de-beurs.

CSRD

Met de Green Deal wil Europa de economie omvormen om tegen 2050 klimaatneutraal te zijn. Om deze ambitie waar te maken, lanceerde Europa onder meer het Sustainable Finance Action Plan, met wetgeving voor zowel financiële als niet-financiële ondernemingen. Een onderdeel van dat plan is de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), die de huidige Non-Financial Reporting Directive

(NFRD) vervangt. De CSRD verplicht ondernemingen om te rapporteren over hun duurzaamheidsprestaties (conform de ESRS) en zo informatie te verstrekken over de wijze waarop zij omgaan met en de impact van hun bedrijfsactiviteiten op het milieu, de maatschappij en goed bestuur ('environment, social and governance' of kortweg 'ESG'). Als beursgenoteerde onderneming zal Roularta Media Group vanaf 2025 verplicht rapporteren over haar duurzaamheidsprestaties over het boekjaar 2024.

Om zich voor te bereiden op deze verplichte rapportering conform de CSRD werd er door Roularta Media Group in 2023 een dubbele materialiteitssoefening uitgevoerd. Dubbele materialiteit is het centrale concept dat mee bepaalt welke informatie door de onderneming en haar bestuur materieel belangrijk wordt geacht om in de duurzaamheidsrapportering op te nemen.

De dubbele materialiteit combineert financiële materialiteit, hoe duurzaamheidsthema's een bedrijf beïnvloeden (outside-in) en impact materialiteit, hoe een bedrijf impact maakt op mens en milieu (inside-out). De resultaten van de dubbele materialiteitsanalyse bepalen over welke onderwerpen een onderneming volgens de CSRD verplicht moet rapporteren. Dit zijn niet alleen de standaardonderwerpen die in de ESRS zijn gegeven, maar ook andere onderwerpen die specifiek voor dit bedrijf 'materieel' zijn (entiteitspecifieke onderwerpen).

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

VIER CONCRETE DUURZAAMHEIDSAMBITIES DIE ROULARTA NASTREEFT

Duidelijke communicatie over onze inspanningen en prestaties op het gebied van duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen is essentieel in een competitieve markt.

Bij elke projectbeslissing en investering houden we rekening met duurzaamheid, met als doel de ecologische voetafdruk van onze organisatie en producten te verminderen en tegelijkertijd onze invloed te vergroten.

We baseren onze duurzaamheidsambities op de 17 Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties, omdat we geloven dat deze ons kunnen helpen bij het bouwen aan een betere toekomst.

Als mediabedrijf begrijpen we onze unieke rol in het duurzaamheidsverhaal. We erkennen dat onze impact voornamelijk ligt in onze 'brainprint', oftewel de potentiële invloed die we hebben op het gedrag van anderen. Met onze diverse media kunnen we miljoenen mensen bereiken en informeren over alle aspecten van duurzaamheid en de 17 SDG's.

Uit de door Roularta Media Group uitgevoerde dubbele materialiteitssoefening, kwamen voorlopig volgende materiële topics op het gebied van duurzaamheid naar boven:

| Klimaat | Sociaal | Entiteitspecifiek |
|--|--|---|
| E1 Klimaatverandering mitigatie E1 Energie E2 Verontreiniging van lucht E5 Afval <i>E2 Verontreiniging van water*</i> <i>E2 Verontreiniging van bodem*</i> <i>E2 Zorgwekkende stoffen*</i> <i>E3 Water en mariene hulpbronnen*</i> <i>E4 Biodiversiteit en ecosystemen*</i> <i>E5 Materiaalinstromen*</i> | S1 Diversiteit S4 Toegang tot kwaliteitsvolle informatie S4 Privacy <i>S2 Veiligheid en gezondheid*</i> <i>S4 Maatschappelijk verantwoorde marketing*</i> | Content responsibility/ Onafhankelijke journalistiek Brainprint/Gemeenschapsvorming Digitale innovatie/IT-systeemstoringen Aantrekken en behouden van werknemers |

* Alleen materieel in de waardeketen

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

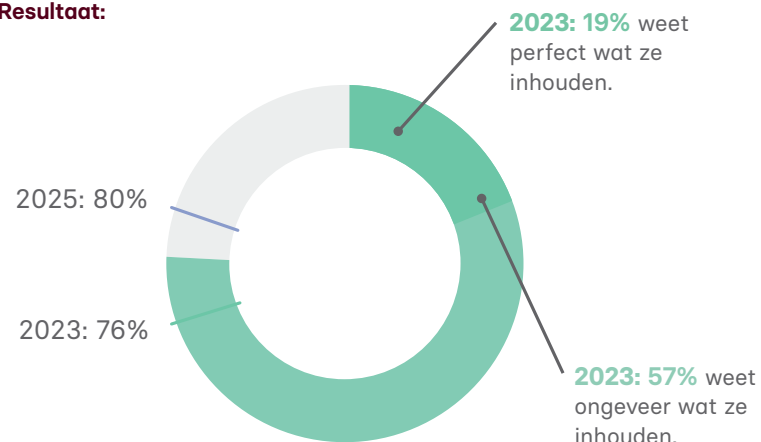
KENNIS SDG'S MEDEWERKERS



Target: eind 2023 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 bevraging t.o.v. totale bestand.

Resultaat:



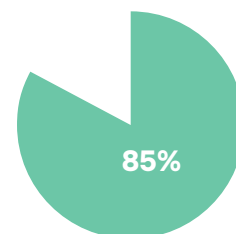
ENGAGEMENT MEDEWERKERS



Target: eind 2023 heeft minstens 75% van de medewerkers het duurzaamheids- & Happie*-engagement ondertekend.

Resultaat: 2023: 85%

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



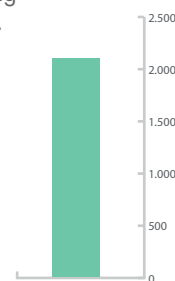
LEZERS/SURFERS - BRAINPRINT



Target: in 2023 minstens 2.000 positief activerende artikels rond SDG's.

Indicator: telling aantal artikels.

Resultaat: 2023: 2.110 activerende artikels.



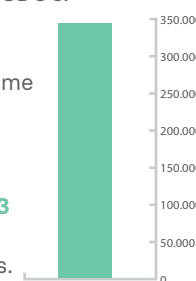
LEZERS/SURFERS - BRAINPRINT



Target: in 2023 minstens 200.000 deelnames aan activiteiten die aanzetten tot een gedragsverandering in het kader van de SDG's.

Indicator: telling deelname activiteiten.

Resultaat: 2023: 344.393 deelnames aan activiteiten.



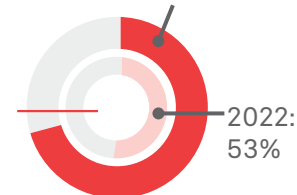
COMMITMENT MEDEWERKERS



Target: tegen eind 2023 kent 75% van de medewerkers de afkorting Happie*.

Indicator: bevraging medewerkers.

Resultaat: 2023: 71%

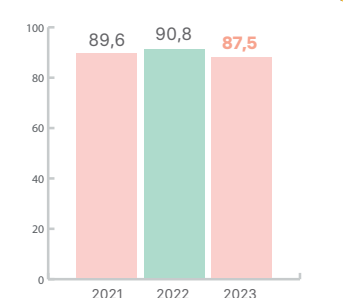


TEVREDENHEID NIEUWE MEDEWERKERS

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

Indicator: % medewerkers tevreden/ zeer tevreden.

Resultaat:



TEVREDENHEID HUIDIGE MEDEWERKERS

Target: huidige medewerkers geven een tevredenheidsscore van 80%.

Indicator: % medewerkers tevreden/ zeer tevreden.

Resultaat:

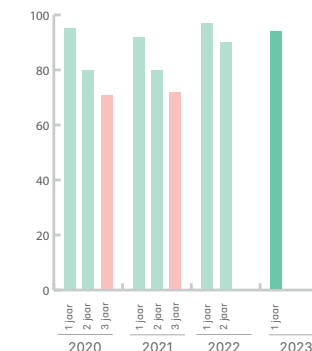


RETENTIE NIEUWE MEDEWERKERS

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:



8 EERLIJK 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:

Investing 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

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

8 EERLIJK 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
- L Nog te starten

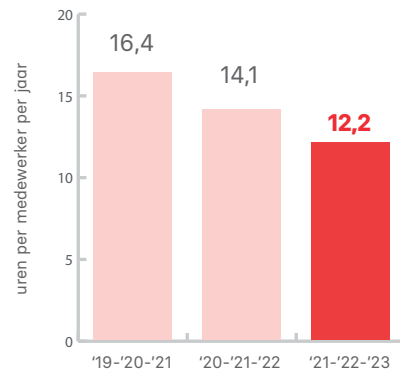
ONTWIKKELING MEDEWERKERS



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

Indicator: registratie uren.

Resultaat:



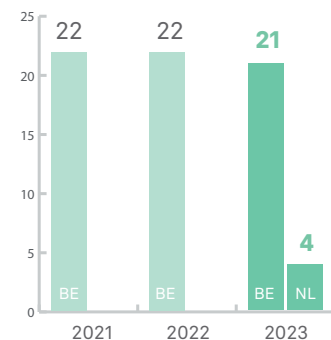
ONTWIKKELING MEDEWERKERS



Target: jaarlijkse organisatie van minstens 20 academies in België en 4 in Nederland.

Indicator: telling aantal infomomenten.

Resultaat:



ONTWIKKELING MEDEWERKERS



Target: jaarlijkse organisatie 2 management development-projecten.

Indicator: telling aantal projecten.

Resultaat:



ONTWIKKELING MEDEWERKERS



Target: opstart Roularta Media Nederland Academy.

Resultaat: opgestart



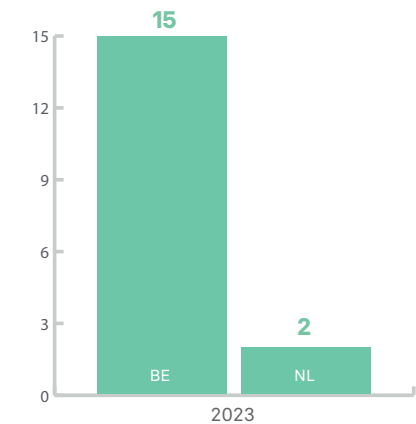
ONTWIKKELING MEDEWERKERS



Target: jaarlijks minstens 10 Fun@Work-sessies/initiatieven in België en 2 in Nederland ter bevordering van de geestelijke en mentale ontwikkeling en/of info m.b.t. SDG's.

Indicator: telling aantal sessies.

Resultaat:



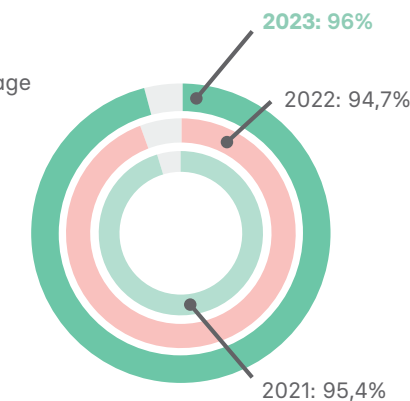
GEZONDHEID WERKNEMERS

Resultaat:



Target: aandeel gezonde werkuren minstens 95%.

Indicator: 100 - het verzuimpercentage wegens ziekte.



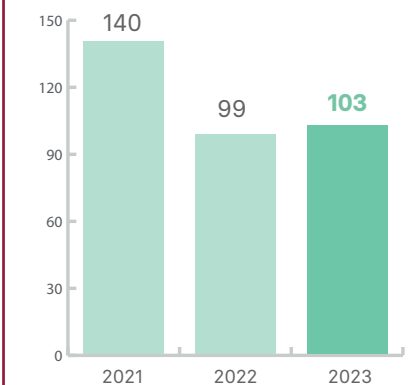
VEILIGHEID WERKNEMERS



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:



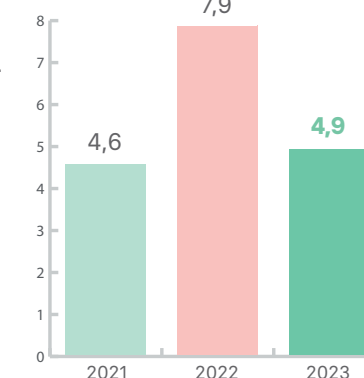
VEILIGHEID WERKNEMERS

Resultaat:



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

Indicator: aantal arbeidsongevallen en aantal gewerkte uren.



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

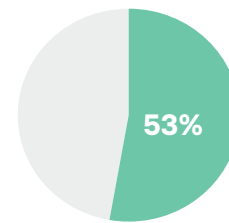
- Doelstelling behaald
- Doelstelling op schema
- Doelstelling niet behaald
- ⌚ Nog te starten

LEVERANCIERS



Target: tegen 2023 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.

Resultaat:



Indicator: telling/registratie

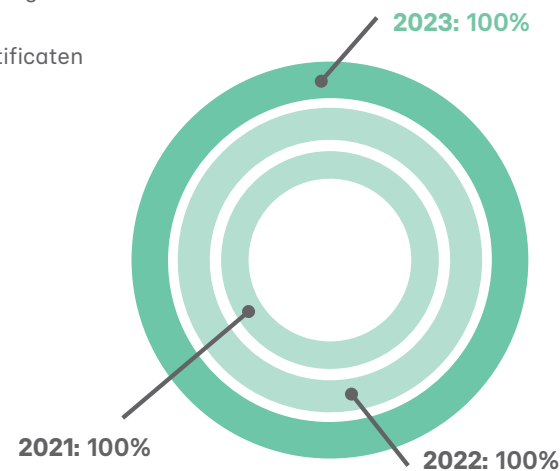
PAPIER



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

Resultaat:

Indicator: certificaten



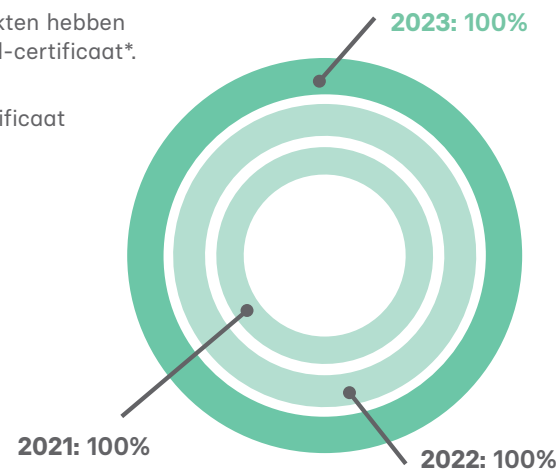
INKTEN



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

Resultaat:

Indicator: certificaat



VERPAKKING

Resultaat:



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

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

Resultaat: in 2023 werd succesvol getest met paper wraps op een aantal titels (Artsenkrant, Trends).



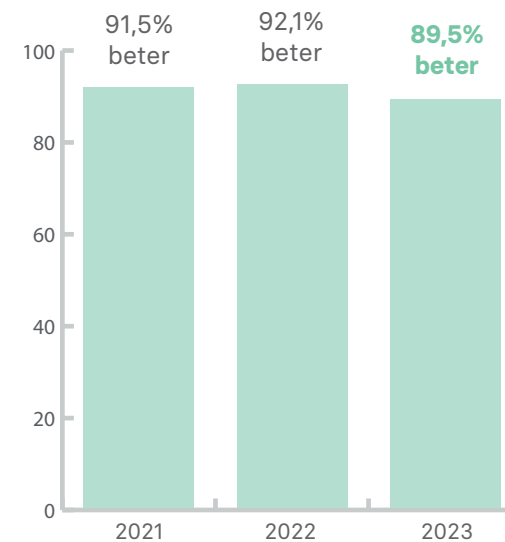
EMISSIES



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:



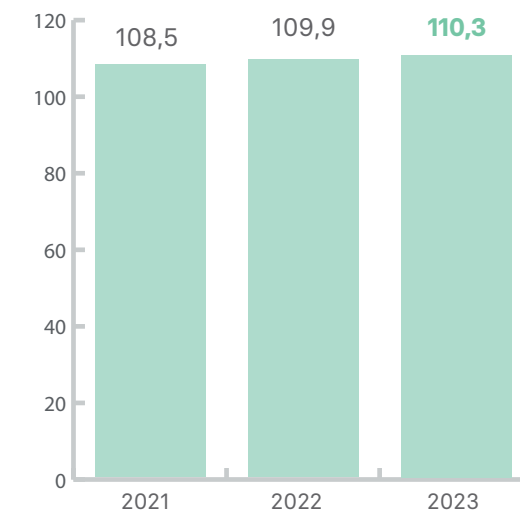
ISO 50001***



Target: elk jaar beter scoren op het vlak van energieprestatie.

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

Resultaat:



ISO 50001***

Resultaat:



Target: elk jaar het certificaat blijven houden.

Indicator: certificaat DNV



** 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.

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

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 CO₂-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 CO₂-uitstoot te neutraliseren.

IMPACT:

CO₂-uitstoot / Broeikasgassen / Reduce-Reuse-Recycle / Biodiversiteit

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

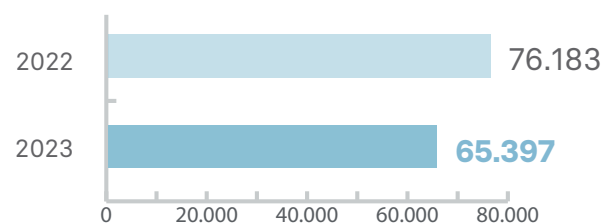
CO₂-EVOLUTIE



Target: CO₂-neutraal tegen 2040 jaarlijks berekenen en rapporteren.

Resultaat: in 2023 werd een reductie van 14%* gerealiseerd (t.o.v. 2022).

Indicator: CO₂ meten/berekenen en evolutie opvolgen.



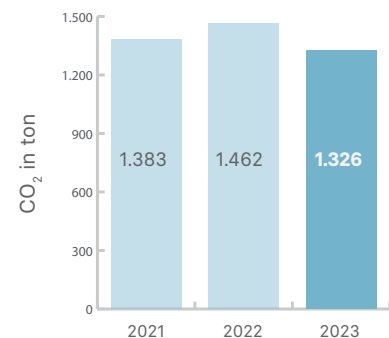
BEDRIJFSWAGENS



Target: de totale uitstoot van het wagenpark verminderen met 80% tegen 2028 t.o.v. 2019 (2.512 ton).

Indicator: km diesel en km benzine en respectieve gemiddelde CO₂-uitstoot.

Resultaat:



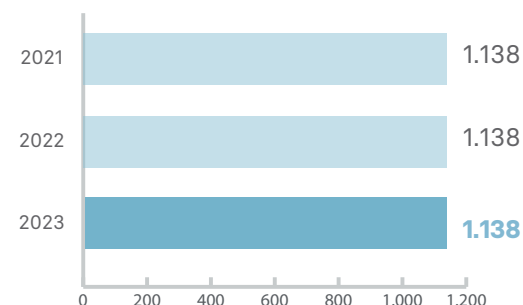
HERNIEUWBARE ENERGIE



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

Indicator: telling

Resultaat:



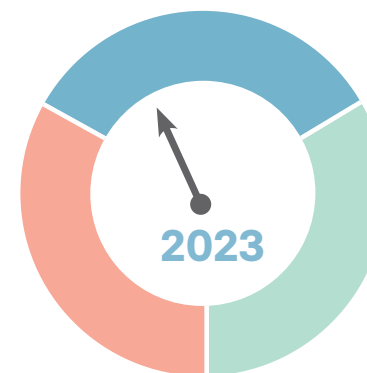
BIODIVERSITEIT



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

Resultaat:



BOOMPLANTPROJECT



Target: boomplantproject op te starten in Nederland.

Resultaat: op te starten.



GEBOUWEN/HUISVESTING



Target: klimaatneutrale gebouwen in Nederland tegen 2030.

Resultaat: op te starten.





ROULARTA MEDIA GROUP: Meiboomlaan 33, 8800 Roeselare
BRUSSELS MEDIA CENTRE: Redactie en Reclameregie, Raketstraat 50, 1130 Brussel
communication@roularta.be

WWW.ROULARTACARES.BE