

A close-up photograph of a woman with reddish hair kissing a young girl with freckles on the cheek. They are both smiling and holding a tablet together. The woman is wearing a blue cardigan over a black and white striped shirt. The girl is wearing a light-colored cardigan over a blue t-shirt. The background is bright and out of focus.

MET PLEZIER

**DUURZAAMHEIDSVERSLAG
2016**



INHOUDSTABEL

4

**Voorwoord van de
voorzitter en de CEO**

6

Bedrijfsprofiel

8

De veranderende samenleving

10

Ons duurzaamheidsbeleid

16

**Onze belangrijkste
duurzaamheidsprogramma's**

- 17 Engagement naar **onze klanten**
- 24 Engagement naar **onze medewerkers**
- 31 Engagement naar **de maatschappij en de lokale gemeenschappen**
- 39 Engagement naar **open, eerlijke en transparante bedrijfspraktijken**

51

Duurzaamheidsrapportage

- 52 Methodologie
- 53 GRI G4 Core
- 55 Samenvatting van de prestaties
- 58 KPI per materialiteit
- 61 GRI G4 – General Standard Disclosures
- 63 GRI G4 – Specific Standard Disclosures
- 66 VN Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen
- 67 UN Global Compact COP

IN DE KIJKER

Onze belangrijkste duurzaamheidsresultaten in één oogopslag

Engagement naar
onze medewerkers

50% vrouwen in het Senior Leadership Team en **3 vrouwen** in de Raad van Bestuur

74.139 opleidingsuren gevolgd door **2.400 medewerkers**

Engagement naar
onze klanten

De **Helemaal Mee Tournee** ging al langs bij **286.050 residentiële klanten** sinds de lancering in 2015

WIGO, eerste all-in-pakket: al 150.000 klanten in 6 maanden tijd

Engagement naar
de maatschappij en de lokale gemeenschappen

€ 1,5 miljoen investeringen per dag in ons vast en mobiel netwerk

€ 1,2 miljoen investeringen in gemeenschaps-initiatieven en **2.145 uren** gemeenschapswerk door Telenet medewerkers

Engagement naar
open, eerlijke en transparante bedrijfspraktijken

329 ton afval vermeden door gebruikte decoders en modems te recyclen en te herwaarderen

Telenet behield zijn **Gold EcoVadis CSR Rating** voor duurzaamheidsinspanningen in termen van milieu-, sociale en governance prestaties



VOORWOORD VAN DE VOORZITTER EN DE CEO

Beste klant,
Beste partner,
Beste aandeelhouder,

Geen enkel bedrijf is een eiland. Wij groeien en bloeien dankzij onze klanten, onze medewerkers en de samenleving waarin wij actief zijn. Het is dan ook van essentieel belang dat wij aandachtig volgen wat er in de samenleving gebeurt, want dat heeft een impact op al onze interne en externe stakeholders. Eén van de bepalende factoren die de snelle veranderingen in onze sector en in de maatschappij drijven is de **digitalisering**.

Digitale technologieën maken ons leven anders en beter

Wij geloven in het enorme potentieel van digitalisering in zowel ons privéleven als in ons professioneel leven. Stel u een toekomst voor met slimme steden, duurzame mobiliteitsoplossingen en een betaalbare gezondheidszorg. Denk aan flexibelere werkomgevingen en onvergetelijke entertainmentervaringen thuis. In de komende jaren wordt digitalisering dé **motor van innovatie en economische groei**.

Het is onze ambitie om sterke en klantvriendelijke producten en diensten te ontwikkelen die onze klanten een onvergetelijke ervaring bieden in het digitale tijdperk.

De digitalisering brengt eigen unieke uitdagingen mee

De ontwikkeling en het gebruik van digitale technologieën is essentieel in de samenleving van vandaag en morgen.

Als toonaangevend Belgisch telecom- en entertainmentbedrijf willen wij een samenleving bouwen waarin mensen de digitale mogelijkheden ten volle en met plezier omarmen.

Maar wij zijn ons ook erg bewust van de potentiële uitdagingen van deze digitalisering.

Wij willen dat mensen het **juiste digitale evenwicht** vinden: genieten van de technologie zonder beschadiging van sociale relaties of gezondheid.

Wij vinden dat de digitale technologieën **inclusief** moeten zijn: iedereen moet toegang hebben tot connectiviteit en de kans krijgen om zijn of haar digitale vaardigheden en mediageletterdheid te versterken.

Wij willen graag technologisch innovatieve oplossingen ontwikkelen voor onze klanten **zonder het vertrouwen van onze stakeholders in het gedrang te brengen**. Nieuwe technologieën en nieuwe bedrijfsmodellen stimuleren het publieke debat over de noodzaak van een transparant privacybeleid en databeveiligingsmaatregelen. Samen met onze stakeholders werken wij daarom aan evenwichtige, toekomstbestendige richtlijnen voor klanten en aan een verantwoordelijke bedrijfsvoering.

Het is van cruciaal belang dat wij het juiste evenwicht vinden tussen innovatie, bedrijfsontwikkeling en vertrouwen.

Onze impact op de maatschappij

Wij beseffen dat Telenet een belangrijke maatschappelijke rol speelt in de lokale gemeenschappen.

Wij blijven ons volledig inzetten om een verantwoordelijke en duurzame speler te zijn in dit digitale tijdperk. Wij zullen door overleg en dialoog de band met onze stakeholders verder versterken.

Telenet staat voor plezier. Een positieve kijk op het leven, daar staan wij voor.

Wij willen het leven en het werk van onze klanten makkelijker en plezieriger maken met onze vaste en mobiele netwerkoplossingen, onze entertainmentdiensten en onze businessoplossingen.

Wij willen een maatschappij creëren waarin mensen met plezier samen leven en samen werken en alle mogelijkheden van de digitale technologie benutten.

Plezier schept een band tussen mensen.

Plezier is besmettelijk.

Wij gaan voor plezier. Eenvoudigweg.

Onze daadwerkelijke maatschappelijke bijdrage blijkt onder meer uit onze positie in de jaarlijkse **Dow Jones Sustainability Index**. Die bekroont toonaangevende ondernemingen in elke industriesector voor hun verantwoordelijke economische, ecologische en sociale prestaties. In 2016 herbevestigde Telenet zijn positie als **Worldwide Industry Group Leader**. Wij werden voor het vijfde jaar op rij genomineerd als leider in de wereldwijde mediasector. Sinds 2011 onderschrijven wij ook de tien principes van UN Global Compact en recent omarmden wij ook de VN Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen.

Een beloftevolle toekomst

De overname van BASE Company in 2016 was een belangrijke mijlpaal in de geschiedenis van ons bedrijf.

Wij startten zo samen aan een reis van integratie en transformatie. Onze ambitie voor 2020 is duidelijk: de toonaangevende leverancier van convergente geconnecteerde entertainment- en businessoplossingen in België zijn.

Onze eerste prioriteit in 2016 was de ontwikkeling van een volledig geïntegreerde organisatie met duidelijke rollen en verantwoordelijkheden voor elk van onze medewerkers. Samen werken wij nu aan een ambitieus transformatieproject dat de basis legt voor **duurzame groei op lange termijn** en dat ons engagement bevestigt om onze klanten in alle regio's van het land de beste innovatieve producten en diensten aan te bieden, samen met een rijke klantenervaring.

Eind 2016 kondigden wij ook onze intentie aan om SFR over te nemen, een belangrijke kabeloperator in delen van Brussel, Wallonië en het Groothertogdom Luxemburg.

Deze overname past in onze ambitie om een leidende nationale speler van geconnecteerde entertainment- en businessoplossingen te worden.

Maatschappelijk verantwoord handelen

Bij Telenet streven wij naar duurzame groei, met een goed evenwicht tussen operationele uitmuntendheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid, waarbij wij rekening houden met de sociale, economische en ecologische aspecten van onze bedrijfsvoering.

In het kader van ons transformatieprogramma hebben wij onze duurzaamheidsstrategie dan ook grondig herdacht. Niet om drastisch van koers te veranderen maar om te verzekeren dat wij ook op het vlak van duurzaamheid onze leiderspositie bij de Belgische bedrijven behouden.

Want samen met onze medewerkers en aandeelhouders willen wij een positieve bijdrage aan de Belgische digitale economie leveren én een digitale samenleving bouwen die voor iedereen toegankelijk is.

Bert De Graeve

Voorzitter

John Porter

Gedelegeerd bestuurder

BEDRIJFSPROFIEL

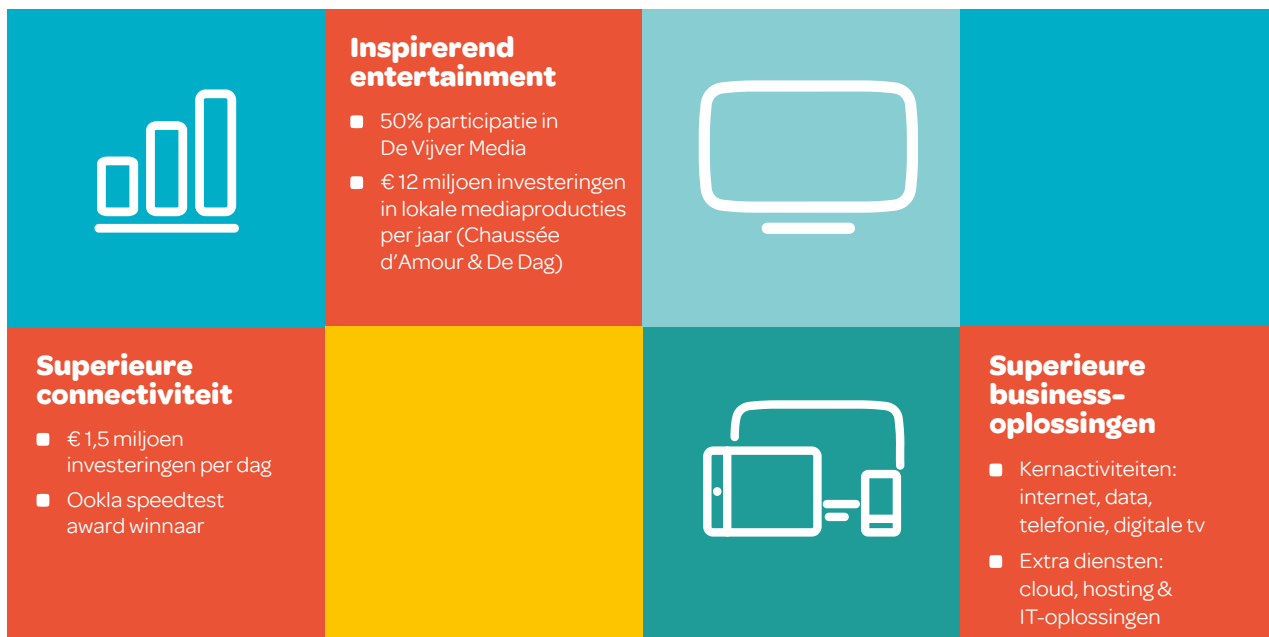
Telenet is een toonaangevende Belgische speler in entertainment- en businessoplossingen die onderbouwd zijn door vaste en mobiele netwerken van premium kwaliteit. Onder de merknaam Telenet bieden wij digitale televisie, snel internet en vaste en mobiele telefoniediensten aan residentiële klanten in Vlaanderen en Brussel aan. Onder de merknaam BASE leveren wij overal in België

oplossingen voor mobiele telefonie. Het departement Telenet Business bedient de bedrijvenmarkt in België en Luxemburg met oplossingen voor connectiviteit, hosting en beveiliging.

Om aan de verwachtingen van al onze klantensegmenten te voldoen, openen wij ons netwerk voor partnermerken: Branded Resellers en Mobile Virtual Network Operators (MVNO). Een

overzicht van deze strategische partnerships vindt u op de [corporate website van Telenet](#).

Onze ambitie is duidelijk: tegen 2020 de toonaangevende leverancier van convergente geconnecteerde entertainment- en bedrijfsoplossingen in België zijn.



Status: 31 december 2016

Telenet is zich als groeibedrijf bewust van zijn toenemende maatschappelijke verantwoordelijkheid. Het voert daarom een actief duurzaamheidsbeleid, met aandacht voor de ecologische, sociale en economische aspecten van zijn bedrijfsvoering.

Eind december 2016 telde Telenet – met hoofdkwartier in Woluwe, Brussel – 3.300 medewerkers en realiseerde het

een totale jaaromzet van 2,4 miljard euro, een groei van 33 procent vergeleken met het vorige boekjaar. Eind 2016 bereikte Telenet 2.149.200 klanten.

Telenet is voor 57,4 procent eigendom van Liberty Global – het grootste internationale tv- en breedbandbedrijf ter wereld. Liberty Global investeert en innoveert in meer dan 30 landen in Europa, Latijns-Amerika en de Caraïben

en geeft zo mensen de kans om alles uit de digitale revolutie te halen.

Meer informatie over Telenet en de jaarresultaten vindt u in het [Financieel Rapport 2016](#).

ONZE WAARDEN



Samenwerking



Passie



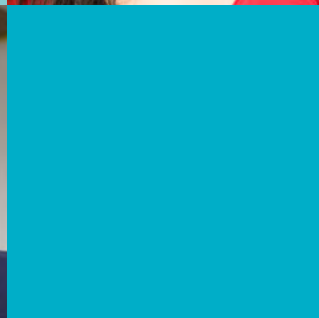
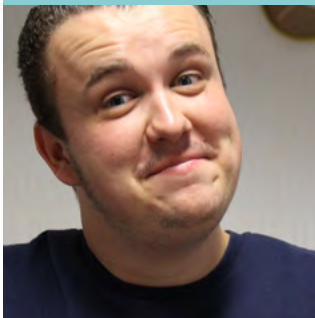
Verantwoordelijkheid



Klantgerichtheid



Leiderschap



DE VERANDERENDE SAMENLEVING: HOE VANDAAG MORGEN BEÏNVLOEDT

Als verantwoordelijk bedrijf houden wij de grote maatschappelijke trends die onze manier van leven en van werken beïnvloeden scherp in de gaten.

Klimaatverandering

De **klimaatopwarming** heeft ernstige gevolgen voor mens en milieu. Het Klimaatakkoord van Parijs (2015) erkent de **grote impact van de bedrijven op de gezondheid van onze planeet**. Het is een dringende oproep om de schadelijke uitstoot te beperken, de ecologische voetafdruk te verkleinen en gedurfde stappen te ondernemen om milieuvriendelijke technologieën te ontwikkelen, om zo de doelstelling van COP 21 te bereiken: tegen 2030 de opwarming van de planeet beperken tot 2°C boven het pre-industriële niveau.

Demografische veranderingen: de wereld versus de lokale gemeenschappen

De gestage vooruitgang van transport, telecommunicatie en internationale handel leidt tot een sterke **globalisering** en een verschuiving van de wereldwijde machtsbalans: het economische overwicht van het Westen wordt uitgedaagd door het Oosten en het Zuiden. Dit heeft grote gevolgen voor de positie van Europa, waar de economische groei en de

jobcreatie onder druk staan. Toch blijft Europa migranten aantrekken die om humanitaire, economische en geopolitieke redenen hun land verlaten. De versnelde **migratiestroom** in 2015 veroorzaakte in verschillende Europese landen politieke spanningen en een publiek debat over de culturele en economische integratie van de migrantenbevolking in de lokale gemeenschap.

Ondanks de mondialisering zien wij een **nieuwe waardering voor het 'lokale'**: lokale gemeenschappen floreren, middenveldorganisaties en burgers verenigen zich rond gemeenschappelijke doelen, dicht bij huis. Dankzij de sociale media groeien deze netwerken vaak uit tot krachtige stemmen in het publieke debat en hebben ze de macht om regeringen en ondernemingen van de basis uit te beïnvloeden. In deze wereld is het actief betrekken van stakeholders niet langer een luxe, maar een noodzaak. Deze tendens schept ook nieuwe bedrijfsmodellen zoals de **deeleconomie**, die door technologieplatformen en digitale toepassingen wordt bevorderd.

Een andere opvallende demografische trend is de groeiende **verstedelijking**. Nu al woont meer dan de helft van de wereldbevolking in steden. De volgende decennia wordt zelfs een stijging tot 80 procent verwacht. Dit schept nieuwe uitdagingen op het vlak van leefbaarheid, energievoorziening en mobiliteit. Digitale innovaties spelen een cruciale rol in het ontstaan van **slimme steden** met een betere levenskwaliteit. Ook in België slaan overheden, bedrijven en onderzoeksinstituten de handen

in elkaar om de 'smart cities' van de toekomst vorm te geven. Dat steunt op de continue verbinding tussen mensen, toestellen en objecten, en vereist dus krachtige mobiele en vaste netwerken en ontwikkelingen in big data-technologieën.

Tot slot is ook de **vergrijzing** een belangrijke demografische ontwikkeling. Onze maatschappij veroudert: de levensverwachting stijgt en het aandeel ouderen in de totale bevolking wordt groter. Dat zet onze gezondheidszorg en onze sociale zekerheid onder druk. Digitale toepassingen kunnen een duurzame oplossing bieden, zowel preventief als curatief.

Economische groei en werkgelegenheid

Digitalisering zorgt voor **jobs en duurzame economische groei**. De Digital Economy and Society Index (DESI) van de Europese Commissie volgt jaarlijks de digitale prestaties en competitiviteit op van de lidstaten. In 2017 staat België op de zesde plaats in deze index, met sterke prestaties voor breedbandconnectiviteit (3^{de}) en de integratie van digitale technologieën door bedrijven (5^{de}). De prestaties inzake digitale vaardigheden (11^{de}) en de invoering van digitale openbare diensten (13^{de}) kunnen beter.

Om de digitale kansen ten volle te benutten, zijn **STEM-vaardigheden** (Science, Technology, Engineering & Mathematics), **creativiteit** en **ondernemingszin** van vitaal belang. Overheden en ondernemingen moeten samenwerken om deze vaardigheden te

versterken door onderwijs en initiatieven die het levenslang leren bevorderen. Volgens het DESI-rapport 2016 zal het gebrek aan STEM-gediplomeerden en het tekort aan ICT-medewerkers in België tegen 2020 tot **30.000 open vacatures** leiden.

Jeugdwerkloosheid is een belangrijk probleem in de digitale economie en blijft moeilijk aan te pakken. Een lage scholingsgraad verhoogt het risico op langdurige werkloosheid. Het potentieel om NEET-jongeren (Not in Education, Employment or Training) op te leiden, te activeren en naar een job te begeleiden is enorm, vooral in de huidige digitale economie.

Tot slot **verandert onze manier van werken**. Naarmate digitalisering ons in staat stelt om te werken waar en wanneer we willen, verandert de relatie tussen werknemer en werkgever. Om talentvolle mensen aan te trekken, zullen werkgevers zich vooral moeten onderscheiden door het aanbieden van zinvolle banen met een goed evenwicht tussen werk -en privéleven.

Digitaal is het nieuwe normaal

De digitalisering schept een massa kansen voor consumenten en bedrijven. Dat is bijzonder duidelijk in entertainment: het lineaire televisiekijken neemt elk jaar af. Meer gepersonaliseerde platformen die consumenten maximale vrijheid bieden, zoals VRT NU, Netflix, Yelo TV en YouTube, zijn in opmars.



eCommerce is niet langer een gimmick, maar een sterke concurrent die de traditionele kleinhandel onder druk zet. In deze wereld blijft de vraag van de consumenten naar snelheid en data toenemen. Om hier aan te voldoen, zijn **voortdurende investeringen in vaste en mobiele netwerken** broodnodig: zij zijn als het ware het levensbloed van onze economie. In een verdere toekomst moeten wij ons voorbereiden op de overgang naar 4,5G- en 5G-netwerken. Veel **technologische toepassingen zijn vandaag geen sciencefiction meer** maar een realiteit in ons dagelijkse leven. Denk aan augmented reality, virtual reality, zelfrijdende wagens en autonome voertuigen.

Tegelijkertijd worden consumenten zich meer en meer bewust van de **risico's verbonden aan digitalisering**, vooral op het vlak van privacy, de bescherming

van de persoonsgegevens en de preventie van datafraude. Het is onze verantwoordelijkheid om de gepaste maatregelen te nemen en vooral kwetsbare personen, zoals kinderen, te beschermen in de digitale wereld. De digitale technologieën moeten bovendien inclusief zijn: **niet iedereen is in het digitale tijdperk geboren** en weet hoe hij of zij een belastingaangifte online moet invullen of geld kan overschrijven via een app.

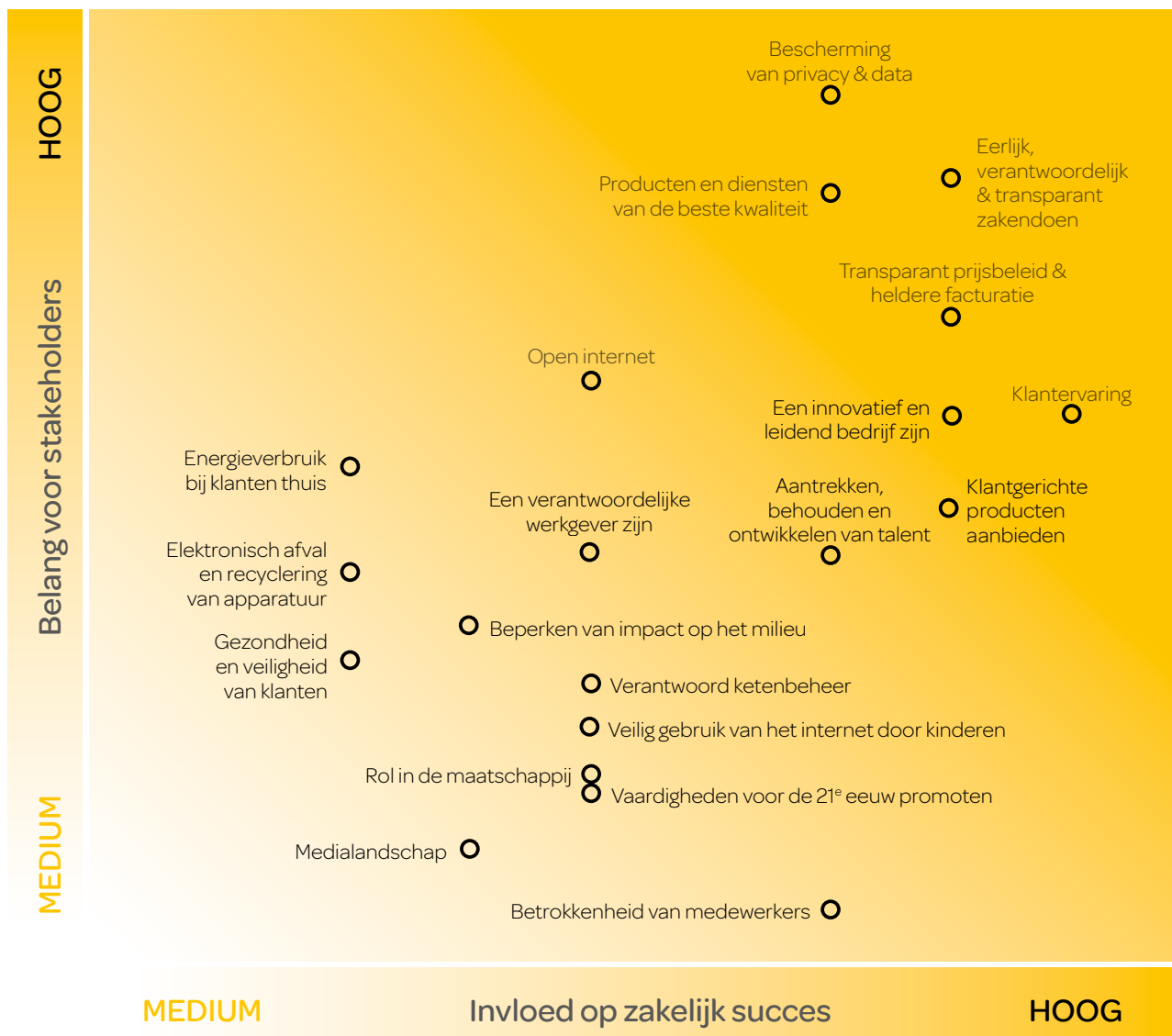
Tot slot kunnen nieuwe bedrijfsmodellen, zoals gerichte en gepersonaliseerde reclame, de lokale audiovisuele sector meer zuurstof geven. Deze initiatieven mogen het vertrouwen van de klanten en de stakeholders echter niet in het gedrang brengen. Ze moeten dus in een dialoog met de regelgevende overheden worden georganiseerd en de lokale privacy- en dataregels eerbiedigen.

ONS DUURZAAMHEIDSBELEID

DE MATERIALITEITS-MATRIX

Duurzaamheid is een begrip met vele facetten – meer dan één bedrijf tegelijk kan aanpakken. Daarom kiest Telenet er bewust voor om zijn inspanningen te focussen op de meest relevante kwesties: **de materialiteiten**. Het belang van de verschillende materiële kwesties stelt Telenet vast in nauw overleg en dialoog met zijn stakeholders. Het

resultaat is een schematische weergave van de duurzaamheidsprioriteiten en hun relatieve belang: **de materialiteitsmatrix**. De eerste materialiteitsindex dateert van 2012. In april 2015 werd een nieuwe materialiteitsmatrix voorgesteld die de recentste belangen van onze stakeholders weerspiegelt.





HOE WORDT DE MATERIALITEITSMATRIX OPGESTELD?

Het uitwerken van een materialiteitsmatrix gebeurt volgens een gestructureerd proces. Eerst leidt een gedetailleerde analyse van relevante aandachtspunten op economisch, sociaal en ecologisch vlak in de telecommunicatie- en mediasector tot een long-list van honderd onderwerpen. Die long-list wordt verder verfijnd en gegroepeerd tot een short-list van twintig onderwerpen.

De belangrijkste stakeholdergroepen (residentiële en zakelijke klanten, werknemers, investeerders en aandeelhouders, leveranciers,

beleidsmakers/regelgevers, consumentenorganisaties, media- en sectororganisaties) bepalen hoe belangrijk zij elk van de twintig kwesties voor Telenet achten. Voor de meest recente oefening in 2015 werden in totaal 1.405 stakeholders bevroegd.

Het senior management bepaalt het (potentiële) effect van elke kwestie op het bedrijfssucces van Telenet. Voor elke materialiteit wordt een duidelijke en meetbare doelstelling bepaald, zoals aangegeven in de tabel 'KPI per materialiteit' (pag. 58-60).

BESLISSINGSPROCES

Raad van Bestuur	Senior Leadership Team (SLT)	Reputation Board	Corporate Affairs Director
<ul style="list-style-type: none"> • 10 bestuursleden waarvan 3 onafhankelijke bestuurders • Design, implementatie en controle van duurzaamheidsprogramma als vast agendapunt • Vergaderen minstens elk kwartaal 	<ul style="list-style-type: none"> • Top 12 leidinggevenden • Duurzaamheid als vast agendapunt • Vergaderen tweewekelijks 	<ul style="list-style-type: none"> • Raad bestaande uit SLT- & bestuursleden • Controleert en stuurt verbetering van Telenets bedrijfsreputatie, met inbegrip van duurzaamheidsaspecten • Vergaderen per kwartaal 	<ul style="list-style-type: none"> • Management van dagelijkse activiteiten en rapportering

DE TELENET DUURZAAMHEIDSSTRATEGIE

Bij Telenet streven wij naar duurzame groei, met een goed evenwicht tussen operationele uitmuntendheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid, waarbij wij rekening houden met de sociale, economische en ecologische aspecten van onze bedrijfsvoering.

In het kader van ons transformatieprogramma na de overname van BASE Company hebben wij onze duurzaamheidsstrategie grondig herdacht. Niet om drastisch van koers te veranderen maar om te verzekeren dat wij ook in termen van duurzaamheid onze leiderspositie bij de Belgische bedrijven behouden.

Ons engagement: Met plezier!

Bij Telenet vinden wij dat mensen een goed gevoel moeten hebben over hoe 'digitaal' hun leven kan veranderen.

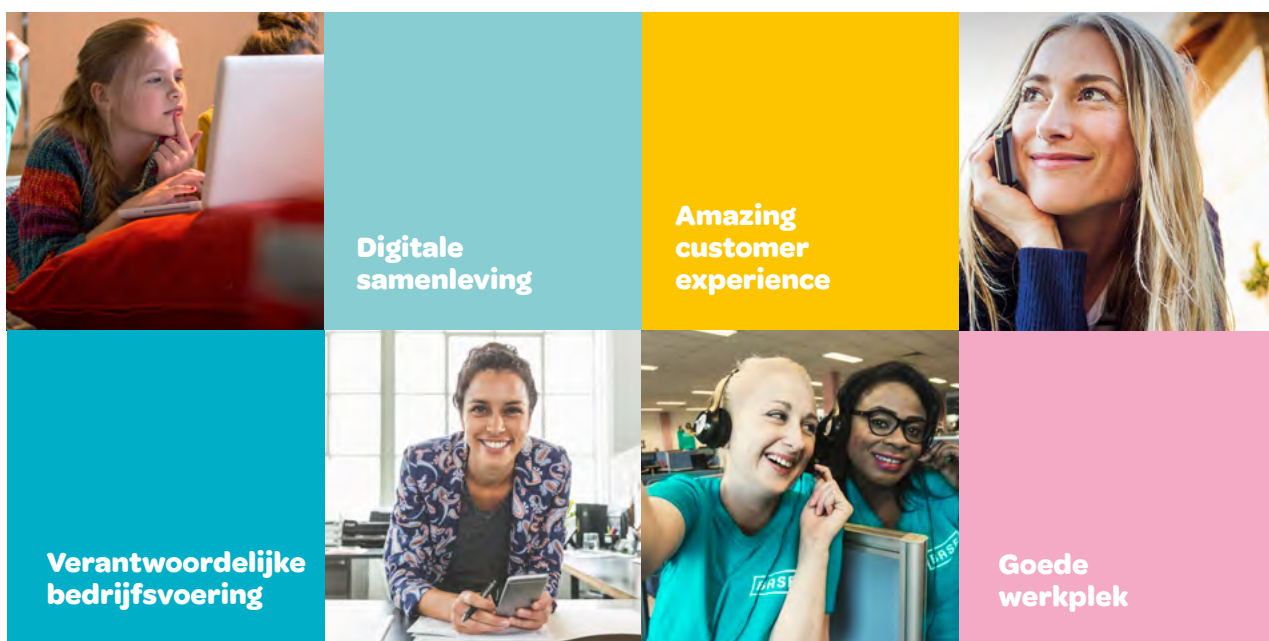
Wij willen een samenleving bouwen waarin mensen met plezier samen werken en samen leven en waarin ze de digitale mogelijkheden ten volle en met plezier omarmen. In dit digitale tijdperk willen wij het verschil maken door ons op een inclusieve en empathische manier te engageren voor onze klanten en onze medewerkers. Wij willen open en transparante relaties opbouwen met al onze stakeholders, zodat wij hen recht in de ogen kunnen kijken en aan hun verwachtingen op het vlak van sociale, economische en ecologische impact kunnen voldoen.

Onze focusdomeinen

Het nieuwe duurzaamheidsprogramma benadrukt ons engagement naar de stakeholders en weerspiegelt hun door de materialiteiten gedefinieerde belangen:

- **Amazing Customer Experience:** het engagement naar onze klanten
- **Goede werkplek:** het engagement naar onze medewerkers
- **Digitale samenleving:** het engagement naar de maatschappij en de lokale gemeenschappen
- **Verantwoordelijke bedrijfsvoering:** het engagement naar een open, eerlijke en transparante dialoog met alle stakeholders

Voor elk van deze engagementen bepalen wij een reeks meetbare streefdoelen die wij tegen 2020 willen bereiken.



TELENET DUURZAAMHEIDSKADER 2017-2020

Onze 2020 Visie

- Wij willen de toonaangevende speler worden in convergente geconnecteerde entertainment- en businessoplossingen in België.

Leidende principes

- baanbrekend – digitaal – dichtbij
– bruisend – vriendelijk – oprecht, eerlijk en transparant – inclusief
– plezier.

Onze businessprioriteiten

- Een toonaangevend geïntegreerd netwerk bouwen
- Een voorloper zijn in inspirerend entertainment
- Bedrijven nog betere oplossingen bieden
- Rijke, onvergetelijke klantervaringen bouwen

Met plezier!

Wij leven in spannende, uitdagende tijden. In dit digitale tijdperk is de manier waarop wij samen leven, samen werken en ons ontspannen veranderd. Wij hebben nu meer tools dan ooit om van elk moment een betekenisvol moment te maken. Bij Telenet vinden wij dat mensen best zelf bepalen welke rol 'digitaal' moet spelen in hun leven, zodat het hen een goed en positief gevoel geeft. Wij willen een samenleving bouwen waarin mensen met plezier samen werken en samen leven, en waarin ze de digitale mogelijkheden ten volle en met plezier omarmen. In dit digitale tijdperk willen wij het verschil maken door ons op een inclusieve en empathische manier te engageren voor onze klanten en onze medewerkers. Wij willen open en transparante relaties opbouwen met al onze stakeholders, zodat wij hen recht in de ogen kunnen kijken en aan hun verwachtingen op het vlak van sociale, economische en ecologische impact kunnen voldoen.

Digitale Samenleving

Amazing Customer Experience

Goede werkplek

Verantwoordelijke bedrijfsvoering

Ons engagement

Wij willen een samenleving bouwen waarin mensen met plezier samen werken en samen leven en waarin ze de digitale mogelijkheden met een glimlach omarmen.

Wij doen er alles aan om onze klanten een rijke ervaring te bezorgen en om vertrouwensrelaties op lange termijn met hen op te bouwen.

Wij willen dat alle onze medewerkers trots zijn om voor ons bedrijf te werken en echte ambassadeurs van Telenet worden. Wij willen hen versterken, inspireren en activeren zodat ze succesvol worden.

Wij werken open en transparant, rekening houdend met de verwachtingen van al onze stakeholders op het vlak van de sociale, economische en ecologische impact.

Doelstelling 2020

Iedereen de kans geven om zijn digitaal potentieel te ontdekken door het uitbouwen van minstens 3 programma's die digitale vaardigheden versterken. 25.000 jongeren stimuleren in het digitale tijdperk.

Net Promoter Score van -5.

Zoom employee engagement score van 61%, met de duidelijke ambitie om een score in het hoogste kwartiel te behalen.

RepTrak score op Governance & Citizenship + 3 procentpunten (vergeleken met uitgangswaarde RepTrak2016Q4 Vlaanderen & Brussel).

Hoe doen we dit?

- Investeren in premium vaste en mobiele connectiviteitsoplossingen
- Digitaal en creatief ondernemerschap in België stimuleren
- Kinderen en jongeren klaarstomen voor de digitale economie via ondernemerschap en digitale geletterdheidsvorming
- Basisvaardigheden in digitale geletterdheid voor iedereen verzekeren
- De juiste digitale balans promoten

- De beste klantervaring geven
- Producten & diensten van topkwaliteit leveren die makkelijk te gebruiken zijn
- Privacy & databeveiliging verzekeren
- Garant staan voor transparante tarifiering en facturering

- Het beste talent aantrekken en behouden
- Learning & Development stimuleren
- Het engagement van onze medewerkers verhogen via interne communicatie en bedrijfscultuur
- Zorgen voor diversiteit en voor het welzijn van onze medewerkers

- Onze ecologische voetafdruk beperken
- Onze waardeketen op een verantwoordelijke manier beheren
- Goed bestuur en een transparante bedrijfsvoering verzekeren

ONS ENGAGEMENT NAAR ONZE STAKEHOLDERS

Bij Telenet is elke afdeling verantwoordelijk voor het uitbouwen van structurele stakeholderrelaties. Op bedrijfsniveau gaat Telenet de dialoog aan met de volgende stakeholdergroepen:



Klanten

- Telenet peilt via de Net Promoter Score (NPS) naar de tevredenheid van zijn klanten.
- Telenet hanteert bij elk nieuw product vier waarden: eenvoud, transparantie, focus op trouwe klanten en toekomstgerichtheid.
- Telenet voert transparante communicatie rond gevoelige issues zoals prijsaanpassingen.
- Via onze social mediakanalen gaan wij actief in dialoog met onze klanten.



Investeerders

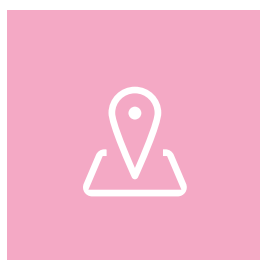
- Telenet communiceert als beursgenoteerde onderneming open, actief en simultaan met al zijn investeerders.
- Telenet brengt financieel verslag uit volgens internationale standaarden zoals de International Financial Reporting Standards (EU) en de US Sarbanes-Oxley Act.



Werknemers

- Telenet peilt actief naar de tevredenheid van medewerkers via de jaarlijkse Zoom-enquête.
- Telenet-werknemers werken in een omgeving waarin ze gestimuleerd worden zich persoonlijk te ontwikkelen.
- Telenet geeft jonge medewerkers de kans hun talent te ontplooiën via het Young Grads-programma.
- Telenet bevordert gelijke kansen en werkt aan diversiteit om ervoor te zorgen dat onze organisatie de bredere samenleving en onze klantenbasis goed weerspiegelt.

**Belangrijke
lidmaatschappen**



Leveranciers

- Telenet heeft een gedragscode rond duurzaamheid die iedere leverancier moet ondertekenen.
- Telenet beoordeelt en monitort de duurzaamheidsrisico's van iedere leverancier door middel van het EcoVadis-platform.
- Telenet bouwt structurele partnerships uit met leveranciers met een sterke sociale dimensie, zoals het maatwerkbedrijf IMSIR.

Lokale gemeenschap

- Telenet raadpleegt lokale gemeenschappen en buurtcomités bij grote werken, zoals bij de roll-out van de Grote Netwerf in Vlaamse steden en gemeenten.
- Telenet steunt actief maatschappelijke initiatieven die de digitale talenten van de toekomst stimuleren, zoals Coderdojo Belgium, ToekomstAtelier en Youthstart.

Beleidsmakers

- Telenet heeft een charter ingevoerd met specifieke richtlijnen voor het engagement naar de stakeholders, met een bijzondere nadruk op onze betrekkingen met overheidspersonen.
 - Telenet is lid van vakorganisaties zoals ISPA (Belgian Internet Service Providers Association), GSMA, Cable Europe en de Agoria Federatie van Telecomoperatoren.
 - Telenet onderhoudt transparante relaties met beleidsmakers, maar steunt geen politieke partijen.
-

ONZE BELANGRIJKSTE DUURZAAMHEIDS- PROGRAMMA'S

Telenet blijft zich engageren om een verantwoordelijk en duurzaam bedrijf te zijn dat rekening houdt met de sociale, economische en ecologische aspecten van zijn werking.

Maar duurzaamheid is een begrip met vele facetten - meer dan één bedrijf tegelijk kan aanpakken. Daarom focust Telenet bewust zijn inspanningen op de meest relevante kwesties - de materialiteiten - die wij in nauw overleg met onze verschillende stakeholders bepalen. Deze materialiteiten liggen ook aan de basis van de duurzaamheidsprogramma's die wij als bedrijf actief steunen:



**ENGAGEMENT
NAAR ONZE
MEDEWERKERS**



**ENGAGEMENT
NAAR OPEN,
EERLIJKE EN
TRANSPARANTE
BEDRIJFS-
PRAKTIJKEN**



**ENGAGEMENT
NAAR ONZE
KLANTEN**



**ENGAGEMENT
NAAR DE
MAATSCHAPPIJ
EN DE LOKALE
GEMEENSCHAPPEN**



ENGAGEMENT NAAR ONZE KLANTEN

Wij willen **duurzame vertrouwensbanden** met onze klanten ontwikkelen door best-in-class, klantvriendelijke producten en diensten te ontwikkelen, een **transparant prijsbeleid** te voeren, de **privacy van onze klanten te respecteren** en **onvergetelijke ervaringen** na te streven die de klanttevredenheid vergroten.



TERUGBLIK OP 2016

Telenet spant zich ten volle in om zijn klanten innovatieve producten en diensten aan te bieden.

Hierbij staat niet de technologie centraal, maar wel hoe die technologie onze klanten helpt om productiever te werken, zich zorgeloos te ontspannen of vrij met elkaar te communiceren.

Aan al die ervaringen draagt Telenet actief bij door in vooruitstrevende vaste en mobiele netwerkconnectiviteit te investeren en geconnecteerde entertainment- en businessoplossingen van hoge kwaliteit te leveren.

De overname van BASE Company in februari 2016 was een cruciaal moment voor Telenet. **Ze heeft ons veranderd in een nationale leverancier van telecomdiensten met zijn eigen mobiele netwerk.**

Zo kunnen wij beter tegemoet komen aan de toenemende vraag van zowel residentiële als zakelijke klanten voor het volledige gamma van vaste en mobiele telecomdiensten.

Een eerste belangrijke stap in de integratie van de twee bedrijven was onze beslissing om te investeren in **de upgrade van het mobiele netwerk van BASE in heel België tegen 2018**. Eind 2016 hadden wij al 500 macrosites met succes geüpgraded en in januari 2017 werden bijna 38.000 MVNO-klanten van Telenet naar ons eigen mobiele netwerk gemigreerd. De investeringen in het Belgische mobiele netwerk van BASE zijn een aanvulling van onze doorlopende inspanningen om met de projecten De Grote Netwerf en Nexus onze vaste netwerkinfrastructuur in Vlaanderen en Brussel te optimaliseren. Dankzij deze projecten zullen de residentiële en de zakelijke klanten tegen 2019 supersnelle

internetverbindingen gebruiken met breedbandsnelheden tot 1 Gbps en grote datavolumes.

Dit benadrukt ons engagement om de klantervaring voortdurend te verbeteren door in onze verschillende activiteitsdomeinen te **innoveren**. Zo investeren wij niet alleen in de **innovatie van het netwerk** maar ook in de **innovatie van onze producten en diensten**:

- In juni 2016 lanceerde Telenet **WIGO**, het eerste all-in pakket voor gezinnen en bedrijven dat echt inspeelt op het veranderende klantgedrag en dat de traditionele barrières tussen vaste en mobiele diensten opheft. Dit leidde tot iets meer dan 150.000 WIGO-abonnees eind december 2016 en verhoogde de quad-play penetratie naar 23 procent van de kabelklanten.
- De **Helemaal Mee Tournee**, een kosteloze volledige check-up van de thuisinstallaties van onze Telenet-klanten, blijft de nieuwe norm voor klantgerichte service. Sinds zijn lancering in 2015 heeft het programma al 286.050 residentiële klanten bereikt – onder wie 150.258 in 2016. Wij willen in 2017 nog eens 120.000 klanten bereiken. Het initiatief won in juni 2016 de Golden Effie Award, een prestigieuze marketingprijs.
- **BASE Fix2Go** is een professionele hersteldienst voor mobiele telefoons en tablets, met aanvullende diensten zoals het configureren van mobiele telefoons en het overzetten van gegevens. Een reparatie in de BASE-shops duurt slechts ongeveer 40 minuten.

De beste ervaring in een digitale wereld

Positieve klantenervaringen vormen de basis voor duurzame groei.

Wij benaderen de klanten via verschillende kanalen en leiden hen naar de beste en meest efficiënte oplossing, met een naadloze, persoonlijke service van topkwaliteit.

Sinds 2014 investeert Telenet in het Amazing Customer Experience Program (ACE) waarbij wij de ervaringen van onze klanten doorlopend monitoren, analyseren en rapporteren. Op die manier kunnen wij pijnpunten snel identificeren en gericht corrigeren. In de voorbije jaren is het aantal klachten dat de Ombudsdienst voor Telecommunicatie ons doorspeelt voortdurend gedaald*:

- 1 dossier per 1.639 geleverde diensten in 2014
- 1 dossier per 2.081 geleverde diensten in 2015
- 1 dossier per 2.212 geleverde diensten in 2016 (inclusief BASE)

Als bedrijf moeten wij de ervaring voortdurend verbeteren om het vertrouwen van onze klanten te verdienen. De overname van BASE Company was het begin van een transformatie die tegen 2020 moet uitmonden in een geïntegreerde benadering van de klantbetrokkenheid, met uitgelijnde businessprocessen, systemen en tools.

De volgende focusdomeinen zullen een grote rol spelen om de klantbetrokkenheid verder te versterken:

* Opmerking: De cijfers van 2014 en 2015 hebben enkel betrekking op klachten van Telenet-klanten. Klachten van BASE-klanten zijn niet opgenomen in deze cijfers.

■ **Een beter uitlijning van de interne processen op het traject van de klant:**

de klanten verwachten dat Telenet op alle contactpunten een naadloze ervaring levert, van de eerste vraag om informatie tot de ondersteuning na verkoop. Als organisatie kunnen wij nog altijd de efficiëntie van de interne processen verhogen, de barrières tussen de verschillende businessfuncties en de kanalen verkleinen en de impact van interne ontwikkelingen op het traject van de klant proactief beter inschatten.

■ **Openstaan voor een nieuwe digitale klantenervaring:**

de verwachtingen van klanten veranderen naarmate de digitalisering toeneemt. De digitale economie vereist snelle, vlotte en prettige klantencontacten met een 24/7 dienstverlening. Als organisatie moeten wij een reële digitale interactie met de klant ontwikkelen als aanvulling van de niet-digitale kanalen voor klantbetrokkenheid, waar een warme menselijke ervaring het verschil maakt.

Zorg voor privacy en databeveiliging

Vertrouwen verdienen, betekent ook dat de interacties met de klant met eerbied voor de privacy en de data security gebeuren. Wij beheren een grote hoeveelheid informatie van en over onze klanten. De **Telenet Customer Data Policy** beschrijft welke informatie wij verwerken, waarom wij dat doen en wat de rechten van onze klanten zijn. Het beleid is van toepassing op alle commerciële activiteiten van Telenet en is publiek beschikbaar op de website van Telenet. In het najaar van 2016 hebben wij het beleid aangepast met het oog op de lancering van een testcase met gerichte reclame op de televisiezenders van SBS. De aanpassing van de Customer Data Policy werd open en transparant aan onze klanten meegedeeld.



De lancering van de testcase met gerichte reclame heeft het publieke debat over de noodzaak van een transparant privacybeleid gestimuleerd en leidde tot een onderzoek door de Belgische Commissie voor de Bescherming van de Persoonlijke Levenssfeer van de Telenet Customer Data Policy in het algemeen, en de naleving van de nieuwe Algemene Verordening Gegevensbescherming van de EU (GDPR) in het bijzonder. Wij overleggen momenteel met de Belgische Commissie voor de Bescherming van de Persoonlijke Levenssfeer om de Telenet Customer Data Policy verder te verfijnen.

Naast de aanpassing van de Telenet Customer Data Policy hebben wij het gegevensbeleid voor de klanten van BASE herzien om het beter uit te lijnen met dat van Telenet, met het oog op een verdere integratie van het beleid voor privacy en databeveiliging in de toekomst.

Transparante tarifiering en facturering

Begin 2016 heeft Telenet al zijn klanten persoonlijk geïnformeerd over een aanpassing van de prijs van een aantal producten en diensten. De

prijswijzigingen waren het gevolg van een toenemende vraag naar snellere verbindingen, meer data, meer mobiel internet en meer capaciteit.

Om aan deze verwachtingen van consumenten en bedrijven te voldoen, moeten wij meer investeren in ons netwerk, onze producten en onze diensten. In de toekomst zullen doorlopende investeringen nodig zijn – die tot prijsaanpassingen kunnen leiden – maar het is onze verantwoordelijkheid om na te denken over de manier waarop wij onze klanten de beste waarde kunnen aanbieden en hun vertrouwen op lange termijn kunnen verdienen.





Wat de facturering betreft, heeft Telenet medio 2016 een campagne gelanceerd om de residentiële klanten uit te nodigen om voor e-facturering te kiezen. Ruim 56 procent van de Telenet-klanten zijn al van een traditionele factuur op papier op de elektronische factuur overgestapt.


Bij BASE waren er in 2016 geen substantiële wijzigingen van de tarifiering of de facturering. 70 procent van de BASE-klanten ontvangt een elektronische factuur.



IN EEN NOTENDOP: HOOGTEPUNTEN EN REALISATIES IN 2016

Op schema/Afgerond
Werk in uitvoering
Vraagt verdere aandacht

Focus	Hoogtepunten en realisaties in 2016	Status	Volgende stappen
De beste klantervaring geven	Een nieuwe familie van klanten De overname van BASE Company verandert Telenet in een nationale leverancier van telecomdiensten met zijn eigen mobiele netwerk. Wij hebben een transformatieproject gestart om tegen 2020 een geïntegreerde benadering van de klantbenadering te ontwikkelen.		Een nieuwe familie van klanten: Overname van SFR De overname van de kabelactiviteiten van SFR in België en Luxemburg werd op 13 juni 2017 door de Belgische mededingingsautoriteit goedgekeurd en zal onze scope verder vergroten, waarbij Telenet de grootste telecomleverancier in Brussel wordt.
	Net Promoter Score (NPS) voor Telenet en BASE NPS is onze belangrijkste prestatie-indicator voor de klantentrouw. De score is gebaseerd op een maandelijkse online enquête bij 12.000 residentiële en zakelijke klanten. In 2016 bereikte Telenet een eindresultaat van -6,9. Dit is iets onder het streefdoel. De NPS-score van BASE bedroeg -12,10 op het eind van het jaar.		Net Promoter Score (NPS) voor Telenet en BASE 2017 Voor Telenet is een NPS-score van -4 vooropgesteld tegen het einde van het jaar. Voor BASE mikken wij op een NPS-score van -7 tegen eind 2017.
Producten en diensten van topkwaliteit leveren die makkelijk te gebruiken zijn	Telenet WIGO WIGO, dat in juni werd gelanceerd, is het eerste echte all-in pakket voor gezinnen en bedrijven. Eind 2016 had WIGO al meer dan 150.000 abonnees. 75 procent van onze klanten die voor WIGO hebben gekozen betaalt minder dan vroeger.		Telenet WIGO blijven aanbieden en het aanbod uitbreiden Wij blijven het all-in pakket aanbieden en zullen het aanbod verder uitbreiden om nog beter aan de verwachtingen en noden van de residentiële en zakelijke klanten te beantwoorden.
	Inspirerend entertainment: Telenet Play More Play More nam in december een nieuwe start met een verrijkte lineaire kijkervaring, een nieuwe gebruikersinterface en verbeterde zoek- en aanbevelingsfuncties. De Mr. More messengerbot heeft een nieuwe standaard gezet om de kijkers door de online entertainmentcatalogus te loodsen.		Inspirerende entertainmentoplossingen blijven aanbieden Telenet Play Sports: In mei 2017 verwierf Telenet de niet-exclusieve uitzendrechten voor de Belgische 'Jupiler Pro League' voetbalcompetitie tot het seizoen 2019-2020. Wij verkregen ook de exclusieve rechten op de wedstrijdsamenvattingen en de live uitzendrechten via Over-The-Top (OTT) distributie.

Focus	Hoogtepunten en realisaties in 2016 Status Volgende stappen	
Privacy en databeveiliging verzekeren	Telenet Customer Data Policy	 <p>De Telenet Data Protection Policy zal verder worden verbeterd volgens de relevante wettelijke bepalingen en in overleg met de Belgische Commissie voor de Bescherming van de Persoonlijke Levenssfeer. Wij werken ook aan de implementatie van de Algemene Verordening Gegevensbescherming van de EU (GDPR).</p> <p>Er is al veel vooruitgang geboekt in de domeinen gegevensbescherming door ontwerp, effectbeoordeling van de gegevensbescherming, en behandeling van inbreuken in verband met persoonsgegevens.</p>
	BASE Customer Data Policy	 <p>Verdere uitlijning en integratie van het beleid voor Telenet en BASE-klienten met betrekking tot privacy en databeveiliging.</p>
	Privacyklachten en -inbreuken	 <p>De eerbied voor de privacy blijven monitoren via de relevante interne raden en raadplegingsorganen.</p>
Garant staan voor transparante tarifiering en facturering	Prijsaanpassing bij Telenet	 <p>Prijsaanpassing bij Telenet</p> <p>In januari 2017 werd een nieuwe prijsaanpassing op transparante wijze aangekondigd. Wij hebben de verantwoordelijkheid om verder na te denken over de manier waarop wij onze klanten de beste verhouding prijs/kwaliteit kunnen aanbieden en hun vertrouwen op lange termijn kunnen verdienen.</p>
	<p>In januari 2016 kondigde Telenet een aanpassing van de prijzen van een aantal diensten en producten aan, om bijkomende investeringen in het netwerk, de diensten en producten te dekken en om aan de toenemende verwachtingen van consumenten en bedrijven te voldoen.</p>	

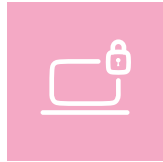


DE GOUDEN REGELS VOOR DE ONTWIKKELING VAN VERTROUWENS BANDEN MET DE KLANTEN



Gebruiksvriendelijke producten en diensten van topkwaliteit aanbieden

- **Eenvoudige en handige productkeuze:** Telenet Whop en Whoppa. Telenet Play, Play More en Play Sports. BASE 15-25-35-45. Een helder en beperkt aanbod maakt het de klant gemakkelijk om de verschillende producten met elkaar te vergelijken en een snelle, evenwichtige keuze te maken.
- **Duidelijke productinformatie:** Bij elk product van Telenet of BASE vindt de klant een leaflet met algemene voorwaarden, een installatiegids en een expliciete CE-keuring of technische flyer als dat nodig is. Wij vermelden ook de wettelijk verplichte informatie over afvalverwerking, gegevens over energieverbruik en de SAR-waarden van mobiele telefoons.
- **Beschikbaarheid:** Wij blijven dicht bij onze klanten en leiden hen via verscheidene kanalen naar de beste digitale ervaring:
 - Op het televisiekanaal 444 en op het Telenet YouTube-kanaal geven filmpjes extra informatie over de producten van Telenet,
 - Op Mijn Telenet kunnen klanten zich inschrijven op verschillende nieuwsbrieven van Telenet,
 - Op de sociale media van Telenet en BASE, zoals Facebook, Twitter en LinkedIn, gaan wij in dialoog met onze klanten,
 - Op ons verhalenplatform SNAP (snap.telenet.be) leest de klant meer over het bedrijf Telenet en over ons entertainmentaanbod,
 - Op onze online Community Forums – Telenet Netweters en BASE Go Mobile Forum – stellen klanten vragen, delen ze ervaringen en geven ze suggesties om nieuwe en bestaande producten te verbeteren.



Zorg voor privacy en databeveiliging

- De **Customer Data Policies van Telenet en BASE** beschrijven welke gegevens wij verwerken, waarom wij dat doen en wat de rechten van onze klanten zijn. Deze documenten zijn van toepassing op alle commerciële activiteiten van Telenet en BASE. Ze zijn publiek beschikbaar op onze website. Tegen 2018 zullen wij de Algemene Verordening Gegevensbescherming van de EU (GDPR) actief implementeren.
- Sinds 2014 bespreekt de **Privacy Council** alle privacykwesties en -prioriteiten. In de Privacy Council zetelen vertegenwoordigers van de verschillende departementen.
- De **Security Council** formuleert strategische aanbevelingen rond risico's en bedreigingen die het gevolg zijn van kwaadwillig of foutief gebruikte data.
- De **Cyber Security Roadmap** schetst de belangrijkste veiligheidsprojecten en wordt jaarlijks herzien op basis van de aanbevelingen van de Security Council.
- **Interne bewustwording door opleiding:** In 2016 ontvingen 222 medewerkers tijdens de verplichte Business Discovery Day een inleiding tot privacy en security. En eind 2016, na de wijziging van de Telenet Customer Data Policy, lanceerden wij een online opleiding in privacy en databeveiliging. In de eerste weken na de lancering startte tot 50 procent van de medewerkers van Telenet de cursus.



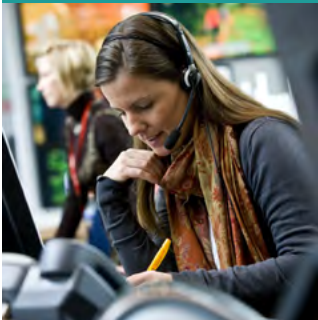
Transparante tarifiering en facturering

- **Prijzen:** Wij streven naar een transparante publicatie van onze prijzen en andere kosten op onze websites en in onze promoties of reclame. Eenmalige kosten voor de activering, de installatie of de vervanging van hardware worden op onze website zo duidelijk mogelijk aangegeven.
- **Facturering:** Klanten van Telenet die voor een elektronische factuur kiezen, krijgen automatisch een e-mailmelding wanneer een nieuwe factuur beschikbaar is op Mijn Telenet. Ze kunnen er hun facturen tot veertien maanden lang raadplegen. Klanten van BASE kunnen hun facturen online raadplegen in de klantenrubriek van de website van BASE of met de app MyBASE.
- **Proactieve communicatie:** Wij informeren onze klanten vooraf via e-mail of in een bijlage bij de factuur over belangrijke veranderingen van onze producten en diensten.
- **Geen opzegtermijn:** Wij passen geen opzegtermijn toe voor productbundels, internet, vaste of mobiele telefonie en televisie, met uitzondering van het betalende zenderpakket Play Sports, waarvoor de wettelijke contractduur van zes maanden geldt.
- **Tariefplannen:** Wij nemen proactief contact op met klanten voor wie het voordeliger is om over te stappen op een andere productformule die beter aansluit bij hun productgebruik.



IN DE KIJKER

DE KLANTDIENST EN DE TECHNISCHE HELPDESK VAN Telenet EN BASE IN 2016



Via telefoon

78 procent van de telefoontjes worden binnen de 120 seconden beantwoord.

Wij behaalden een First Time Rightpercentage (klant wordt optimaal geholpen van bij het eerste contact) van 73 procent.

Via internet, e-mail en post

De online klantenservice van Telenet werd 890.000 keer per maand bezocht. Dit platform biedt de klant specifieke stappenplannen en nuttige informatie om in eerste instantie zelf een probleem op te lossen. De online klantenservice op Base.be werd 225.863 keer per maand bezocht.

Mijn Telenet werd op jaarbasis meer dan 15 miljoen keer bezocht en had meer dan 1 miljoen unieke bezoekers, een stijging van 7 procent t.o.v. 2015.

De MyBASE app had 247.296 unieke bezoekers per maand, een stijging van 53 procent t.o.v. 2015

78 procent van de e-mails en brieven met klachten werd binnen de twee dagen beantwoord.

Via sociale media

Wij zijn elke dag bereikbaar van 08.00 tot 22.00 uur en in het weekend van 08.30 tot 18.00 uur, ook op feestdagen (behalve kerst- en nieuwjaarsdag).

Wij registreerden 462.810 vermeldingen op sociale media, een stijging met 43 procent tegenover 2013.

De socialemediakanalen van BASE behaalden 70.034 vermeldingen.

De hotste topics van 2016 voor Telenet waren WIGO en de Digibende.

De hotste topics van 2016 voor BASE waren GSM promoties en de gratis streaming van wedstrijden van de Rode Duivels.

Telenet SNAP

Op [ons verhalenplatform SNAP](#) leest de klant meer over het gebruik van de Telenet-producten en over ons entertainmentaanbod.

De Telenet Netwetters

Op dit [online platform](#) kunnen residentiele klanten elkaar helpen om helemaal bij te blijven met de digitale wereld. Ze kunnen vragen stellen, ervaringen uitwisselen en voorstellen voor de verbetering van bestaande producten doen.

BASE Go Mobile Forum

Dit [online platform](#) verspreidt het laatste nieuws over de producten en diensten van BASE en geeft nuttige tips & trucs voor een echt mobiel leven.

De [BASE Community](#) is het trefpunt waar klanten van BASE elkaar helpen, met elkaar interageren en ideeën uitwisselen.

DE COMMUNITY FORUMS VAN Telenet EN BASE

Snap!
Het leukste van Telenet op één plek.

BASE PAYBYMOBILE



PayByMobile, dat in 2015 werd gelanceerd, geeft de klanten van BASE de mogelijkheid om e-books en online entertainmentproducten zoals films, muziek, games en apps handig en veilig te kopen.

De klanten kunnen de facturen van hun online aankopen via hun telecomfactuur van BASE regelen. BASE PayByMobile is een nieuwe norm voor veilige online transacties. Het is op de volgende platformen beschikbaar:

- Apple Stores (AppleMusic, iTunes, iBooks, the AppStore)
- Google Play Store
- Sony PlayStation Store
- Samsung Store, Galaxy Store
- Facebook
- PayPalMobile





ENGAGEMENT NAAR ONZE MEDEWERKERS

Als werkgever wil Telenet **een partner met passie** zijn die sterke werkprestaties en persoonlijke groei stimuleert in een voortdurend veranderende werkomgeving. Wij kiezen voor een personeelsbeleid dat **talent en maximale betrokkenheid versterkt**. En wij zien erop toe dat **iedereen zich goed voelt op het werk**.



TERUGBLIK OP 2016

De in februari 2016 goedgekeurde overname van BASE Company was het begin van een transformatie van het volledige bedrijf, met een impact op alle aspecten van onze werking.

De afdeling Human Resources is een van de hoekstenen van dit transformatieproces: zij is **verantwoordelijk voor het welzijn van onze mensen in tijden van verandering**. Ze focust ook op de optimalisatie van de processen en de systemen achter ons personeelsbeleid.

Na de overname was de eerste prioriteit van HR de vlotte integratie van de twee organisaties. Alle medewerkers moesten snel klaarheid krijgen over hun functie, hun rol en verantwoordelijkheden in de nieuwe organisatie. Dit proces werd in maart gestart en in juli afgesloten, zonder gedwongen afvloeiingen.

In de volgende stap van de transformatie focussen wij op de uitlijning van de verschillende HR-businessprocessen en de optimalisatie van de back-officesystemen en de IT-tools, om **tegen 2018 naar een volledig geïntegreerde HR-praktijk** te evolueren. Een belangrijk aspect is de harmonisatie van de arbeidsvoorwaarden tussen de medewerkers van het gewezen Telenet en het gewezen BASE Company, in nauw overleg met de sociale partners.

De **actieve betrokkenheid van de medewerkers bij de nieuwe organisatie** is een cruciale factor voor het succes van deze transformatie. Telenet meet de betrokkenheid van de medewerkers elk jaar met de

Zoom-enquête. In 2016 behaalde Telenet een engagementscore van 60 procent, 9 procentpunten boven het Belgische gemiddelde, met topscores voor diversiteit en inclusie, compliance en ethiek en waarden. De belangrijkste verbeteringsdomeinen waren loopbaankansen en beloning & erkenning. De Zoom-meting vond plaats in januari 2016, voor de overname van BASE Company.

In januari 2017 werd de Zoom-enquête voor het eerst bij alle medewerkers van de nieuwe geïntegreerde organisatie gehouden. De eerste resultaten zijn bemoedigend: met een score van 58 procent, 7 procentpunten boven het Belgische gemiddelde, blijft het engagement stabiel. De medewerkers van Telenet stippen loopbaankansen en prestatiebeheer als belangrijkste aandachtspunten aan.

Volgens de Zoom-enquête van 2017 zijn ook het merk Telenet en onze externe reputatie als werkgever – met inbegrip van de trots om voor de organisatie te werken – vatbaar voor verbetering.

Dit benadrukt de noodzaak om in onze **interne communicatie en initiatieven voor de bedrijfscultuur** te blijven investeren. Sinds het voorjaar van 2016 versterken wij de interne communicatie om te verzekeren dat alle medewerkers volledig worden geïnformeerd over ons integratie- en transformatieproces. De belangrijkste initiatieven zijn: regelmatige nieuwsbrieven, een All Employees Meeting 'The Telenet Way Day' in juni 2016 en een volledig vernieuwd intranet

'Tellit' met een doorlopende stroom van informatie over de business en het bedrijf en verhalen van medewerkers uit heel de organisatie. In 2017 zullen wij een bijzondere klemtoon leggen op een nieuw bedrijfsverhaal dat volledig uitgelijnd is op de waarden van de medewerkers en de merkvisie, en dat **onze medewerkers engageert en in echte ambassadeurs van Telenet verandert**.

De medewerkersbetrokkenheid uit zich ook in een bedrijfscultuur die door alle medewerkers wordt omarmd.








Sinds de overname van BASE Company is Telenet een nationale leverancier van telecomdiensten met activiteiten in alle Belgische gewesten en met een divers, multicultureel team. In een bedrijf dat historisch op Vlaanderen gericht was, vereist dat nog een mentaliteitsverandering bij een groot gedeelte van de medewerkers.

Tot slot kunnen wij in tijden van transformatie een echt verschil maken door ervoor te zorgen dat **onze mensen weerbaar zijn**, opgewassen tegen onzekerheid, onverwachte veranderingen en stress. Daarom hebben wij in 2015 een speciaal ontwikkelingsprogramma voor people leaders en medewerkers gestart, met opleidingen, een bijstandsprogramma voor de medewerkers, persoonlijke coaching en ondersteuning op de werkvloer. Dit weerbaarheidsprogramma draagt bij tot de strategie voor employer branding van Telenet en bevordert onze externe reputatie als favoriete werkgever.



IN EEN NOTENDOP: HOOGTEPUNTEN EN REALISATIES IN 2016

-  Op schema/Afgerond
-  Werk in uitvoering
-  Vraagt verdere aandacht

Focus	Hoogtepunten en realisaties in 2016	Status	Volgende stappen
Het beste talent aantrekken en behouden	<p>Een nieuwe familie van collega's</p> <p>Medio 2016 vormden de medewerkers van Telenet en BASE Company één enkele, volledig geïntegreerde organisatie met bevestigde functies en duidelijke rollen & verantwoordelijkheden voor iedereen. Alle medewerkers werden regelmatig over de overname en de integratie geïnformeerd.</p>		<p>Het integratieproces voortzetten door de businessprocessen te harmoniseren en de back-officesystemen te optimaliseren, met als doel om - in nauw overleg met de sociale partners - tegen 2018 een volledig geïntegreerde HR-praktijk tot stand te brengen.</p>
	<p>LinkedIn Recruiter-certificering</p> <p>In 2016 werd het volledige rekruteringssteam van Telenet als LinkedIn Recruiter gecertificeerd, na de voltooiing van een intensief LinkedIn Recruiter-certificeringsprogramma. Telenet is het eerste Belgische bedrijf met een LinkedIn-certificering.</p>		<p>De online rekrutering via LinkedIn voortzetten als aanvulling van de meer traditionele rekruteringskanalen zoals jobbeurzen en advertenties in kranten of op gespecialiseerde banensites en de eigen website van Telenet.</p>
	<p>Het Young Graduate-programma</p> <p>Vijftien in januari 2015 geselecteerde Young Grads voltooiden in november 2016 het tweejarige opleidingsprogramma voor pas afgestudeerde masterstudenten. 13 Young Grads werden formeel in dienst genomen, 2 verlieten het bedrijf om andere beroepsopportunities te verkennen.</p>		<p>Het Young Graduate-programma voortzetten</p> <p>Telenet werft 20 nieuwe Young Grads aan voor de tweede lichting van het programma. In september 2017 gaan ze van start.</p>
	<p>Het Refer a Friend-programma (RAF)</p> <p>In 2016 werden 18 nieuwe medewerkers aangeworven na een aanbeveling door medewerkers van Telenet.</p>		<p>Het Refer a Friend-programma voortzetten om de vacatures in te vullen.</p>
Learning & Development stimuleren	<p>Learn-it</p> <p>In december 2016 lanceerde Telenet een nieuw online leerplatform dat medewerkers toelaat hun persoonlijk leertraject op eenvoudige wijze te beheren.</p>		<p>De uitrol van Learn-it voortzetten en zijn gebruik door alle medewerkers bevorderen.</p>
	<p>Learning & Development</p> <p>In 2016 volgden 2.400 medewerkers opleidingen, goed voor in totaal 74.139 opleidingsuren.</p>		<p>Learning & Development initiatieven verder aanbieden</p>
	<p>Leadership Launch Path</p> <p>In 2016 volgden 18 recent gepromoveerde people leaders en managers van de nieuwe, geïntegreerde organisatie dit programma voor persoonlijke ontwikkeling. Het bevordert (people) leadership in tijden van verandering door het juiste evenwicht te vinden tussen technische expertise en vaardigheden in people management.</p>		<p>De uitrol van het Leadership Launch Path-programma voortzetten</p>

Focus	Hoogtepunten en realisaties in 2016	Status	Volgende stappen
Het engagement van de medewerkers verhogen via interne communicatie en bedrijfscultuur	Zoom Employee Engagement In maart 2016 leverde de jaarlijkse Zoom-enquête een engagementscore van 60 procent op, 9 procentpunten boven het Belgische gemiddelde en 5 procentpunten boven de Zoom-resultaten van 2015. De medewerkers van BASE Company namen nog niet deel aan de Zoom-enquête 2016.		Zoom Employee Engagement voortzetten In april 2017 kwam in de eerste Zoom-enquête bij de medewerkers van zowel Telenet als BASE Company een stabiele score van 58 procent uit de bus, 7 procentpunten boven het Belgische gemiddelde.
	Interne communicatie In 2016 werd een extra klemtoon gelegd op de interne communicatie in het kader van het integratieproces. Twee belangrijke initiatieven waren de All Employees Meeting 'Telenet Way Day' in juni en de lancering van het vernieuwde intranet 'Tellit' in het najaar.		
Zorgen voor diversiteit en voor het welzijn van de medewerkers	Het Resilience-programma Dit in 2015 gestarte programma versterkt de persoonlijke weerbaarheid in tijden van verandering. Het omvat verscheidene opleidings- en coachinginitiatieven voor zowel people leaders als medewerkers.		
	Genderdiversiteit Telenet heeft een divers personeelsbestand met een waaier van professionele achtergronden en een gezonde mix van mannen en vrouwen, jong en oud. In 2016 waren 35,4 procent van de medewerkers vrouwen. Eind 2016 bestond het Senior Leadership Team van Telenet voor 50 procent uit vrouwen. De Raad van Bestuur telde 3 vrouwen.		



EEN DUURZAAM PERSONEELSBELEID

Telenet stelt duurzaamheid en welzijn voor alle medewerkers centraal in zijn personeelsbeleid, dat in nauw overleg met de sociale partners wordt uitgewerkt.

Voornaamste personeelsinitiatieven

- **Sabbatjaar:** loopbaanonderbreking valt onder de wettelijke regeling van het tijdskrediet. De maximale duur bedraagt één jaar tijdens de volledige beroepsloopbaan en kan zowel een volledige schorsing als een vermindering van de arbeidsprestaties inhouden. Bij zijn terugkeer moet de medewerker dezelfde functie opnemen. Op het einde van 2016 hadden 467 personen gebruik gemaakt van dit programma.
- **Werkgelegenheidsplan voor oudere medewerkers:** ondernemingen met meer dan 20 werknemers moeten een dergelijk plan opstellen om een verhoogde participatiegraad van werknemers van 45 jaar en ouder te realiseren. Telenet focust in het bijzonder op werknemers van

45 jaar en ouder. Het programma omvat: de bevordering van de algemene lichamelijke en geestelijke gezondheid, een herziene benadering van de selectie, het assessment en de rekrutering van kandidaten, bijkomende inspanningen voor competentietraining, bijzondere initiatieven voor loopbaanontwikkeling en coaching, de bevordering van de interne mobiliteit en de erkenning van verworven competenties.

- **Outplacement:** de werkgever biedt de werknemer een geheel van begeleidende diensten en adviezen aan om hem in staat te stellen zo snel mogelijk een betrekking bij een nieuwe werkgever te vinden of een beroepsactiviteit als zelfstandige te ontplooiën. Outplacement is wettelijk geregeld. In 2016 kregen 26 medewerkers outplacement aangeboden.

Overleg met sociale partners

- **De Ondernemingsraad (OR)** is paritair samengesteld, met evenveel werkgevers- als werknemersafgevaardigden. Hij wordt betrokken bij het sociale, economische en financiële beleid van de onderneming. De verslagen van de OR worden zoals wettelijk verplicht gepubliceerd voor alle medewerkers.
- **Het Comité voor Preventie en Bescherming op het Werk (CPBW)** is een paritair samengesteld overlegorgaan dat alle medewerkers vertegenwoordigt. Het bestaat uit werkgevers- en werknemersafgevaardigden, de arbeidsgeneesheer en de interne dienst voor preventie en bescherming op het werk. Het CPBW is actief betrokken bij het welzijnsbeleid voor de werknemers tijdens de uitvoering van hun werk, het globaal preventieplan en het jaarlijkse actieplan. Dit omvat de domeinen arbeidsveiligheid, gezondheidstoezicht, ergonomie, hygiëne, verfraaiing van de werkplaatsen, psychosociale aspecten van het werk met inbegrip van pesten, geweld en ongewenst seksueel gedrag en het (leef)milieu. Het CPBW heeft voornamelijk adviserende taken rond nieuwe en veranderende technologieën, werkprocedures, inrichting van de werkplaatsen, arbeidsmiddelen, beschermingsmiddelen, opleidingen, instructies, periodieke keuringen, enz.



Veiligheid, gezondheid en welzijn

- **De Welzijnsenquête:** deze enquête wordt om de drie jaar gehouden op basis van de S-ISW-lijst. Ze identificeert psychosociale risico's op het werk in verband met de organisatie van het werk, de jobinhoud, de interprofessionele werkrelaties, de werkomgeving en -omstandigheden, en de correlatie van welzijnsindicatoren zoals stress, motivatie, ongewenst gedrag, absentieïsme en ongewenst gedrag zoals ongewenste intimiteiten, pesterij, discriminatie en geweld, op zowel individueel als organisatieniveau. In 2014 werd de welzijnsenquête ingevuld door 75 procent van alle medewerkers. Voor de hoogste risicofactoren werd een gedetailleerd actieplan voor de follow-up opgesteld en zowel in 2015 als 2016 uitgevoerd. De volgende Welzijnsenquête zal in 2018 worden gehouden, om in 2017 ruimte te laten voor de integratie van BASE Company en de bijhorende transformatie-initiatieven.
- **Het Globaal Preventieplan:** het bepaalt de welzijns- en milieudoelstellingen van het bedrijf voor vijf jaar, geïdentificeerd door middel van audits, risicoanalyses, jaarlijkse evacuatieoefeningen, periodieke en specifieke inspecties, de analyse van incidenten en ongevallen, de resultaten van de welzijnsenquête, nieuwe wetten of belangrijke organisatorische veranderingen. Dit gebeurt conform de wet betreffende het welzijn van de werknemers bij de uitvoering van hun werk. De vooruitgang wordt elk jaar gemeten en de doelstellingen worden indien nodig bijgesteld en in specifieke jaarlijkse actieplannen vertaald. De belangrijkste acties

van 2016 waren: het Resilience-programma voor weerbaarheid in tijden van verandering, een proefproject rond absentieïsme in de contactcenters, een herziening van de gezondheidsmonitoring na wetswijzigingen, een vlotte start van de nieuwe veiligheidscomités na de sociale verkiezingen van 2016 en het doorlopende project voor brandaudits/risicoanalyses. Daarnaast werden diverse milieuactiviteiten gerealiseerd, zoals de vernieuwing van vergunningen. De status en de resultaten van de welzijnswerking worden jaarlijks gerapporteerd aan de Algemene Directie Toezicht op het Welzijn op het Werk, die deel uitmaakt van de Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid, Arbeid en Sociaal Overleg, en aan de Comités voor Preventie en Bescherming op het Werk. In 2016 hebben zich 74 arbeidsongevallen voorgedaan, waaronder arbeidsongevallen met totale tijdelijke ongeschiktheid voor het equivalent van 773 kalenderdagen. Er waren geen dodelijke arbeidsongevallen of arbeidsongevallen met bevestigde blijvende ongeschiktheid. De algemene frequentie en ernst van de arbeidsongevallen blijven voor alle divisies onder de sectorniveaus.

- **Rollen en verantwoordelijkheden:** Het welzijnsbeleid wordt zowel op bedrijfs- als departementsniveau nauwgezet gevolgd. De directeurs en managers zijn verantwoordelijk voor zijn vertaling naar hun specifieke business. Het team Safety, Health and Environment, samengesteld uit de interne preventieadviseurs, de externe milieuconsultants, de arbeidsgeneesheren van de externe preventiedienst en andere interne en externe experts in specifieke domeinen, verstrekt

advies en bijstand. Daarnaast werden in 2015 per afdeling 'welzijnschampions' aangesteld die de managers helpen bij het opstellen en de monitoring van het welzijnsactieplan. Medewerkers met specifieke psychosociale problemen op het werk kunnen interne vertrouwenspersonen en externe psychosociale preventieadviseurs raadplegen voor persoonlijk advies, doorverwijzing, bemiddeling en indien nodig verdere analyse.

- **Interne bewustwordingsinitiatieven:** Alle medewerkers worden geactiveerd rond welzijn en het milieu in het algemeen en de psychosociale aspecten van het werk in het bijzonder. Het in 2015 gelanceerde Resilience-programma is een concreet voorbeeld van de manier waarop people leaders en gewone medewerkers worden voorbereid om in tijden van verandering met stress en onzekerheid om te gaan. Wij nemen ook opleidingsinitiatieven rond 'work in flow', assertieve communicatie, omgaan met agressie, mindfulness, probleemoplossend denken en emotionele intelligentie. Waar nodig verwijzen wij medewerkers individueel door naar een employee-assistanceprogramma of andere vormen van persoonlijke coaching. De administratieve medewerkers krijgen een opleidingsprogramma pc & ergonomie aangeboden. De technici ontvangen een basisopleiding in de veiligheid volgens de SCC-norm (Safety Checklist for Contractors) en een aan hun risicoactiviteiten gerelateerde specifieke veiligheidsopleiding (bv. werken op hoogte of zeer grote hoogte, hijsen en takelen).



IN DE KIJKER



Het Young Graduate-programma is een tweejarig opleidingsprogramma voor pas afgestudeerde masterstudenten.

In januari 2015 startte een groep van 15 Young Grads – onder wie

8 nieuwe medewerkers en 7 bestaande medewerkers - met het opleidingsprogramma. Al deze jonge professionals waren jonger dan 28 jaar en werkten minder dan 2 jaar bij Telenet. Ze werden evenredig verdeeld over alle afdelingen van het bedrijf en draaiden er twee jaar mee als volwaardig lid. Tijdens die periode volgen ze een aantal gerichte opleidingen in kerncompetenties als innovatie, leiderschap en klantgerichtheid. De deelnemers aan het opleidingsprogramma kregen via presentatie- en pitchsessies ook de kans om hun competenties te tonen aan het Senior Leadership Team.

In 2016 focusten de Young Grads vooral op het thema Innovatie: ze kregen

de opdracht een innovatief idee om te zetten in een businesscase die de klantervaring zou verbeteren. Eén van de ideeën - het hergebruik van bijna nieuwe smartphones stimuleren - zal in een echt businessproject worden omgezet.

In november 2016 voltooide de eerste lichter Young Grads de opleiding. 13 Young Grads werden formeel in dienst genomen, 2 verlieten het bedrijf om andere beroepsoportunities te verkennen. In het voorjaar van 2017 selecteerde Telenet 20 nieuwe Young Grads, die in september 2017 met het opleidingsprogramma zullen beginnen.

Wij geven onze medewerkers de controle over hun eigen ontwikkeling, die verder gaat dan traditionele vorming. Wij gebruiken daarvoor een 70-20-10 model:

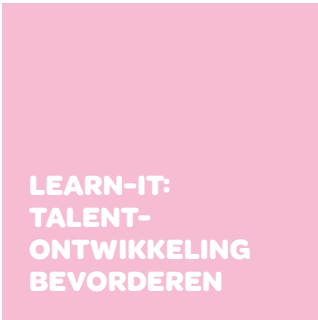
- 70% leren door te werken
- 20% leren door coaching en feedback
- 10% leren via formele opleidingen en cursussen

Dit derde gedeelte omvat een brede selectie van interne en door Cevora en andere partners verzorgde externe opleidingen. Het Learnit-portaal, dat in december 2016 werd gelanceerd, biedt de medewerkers een one-stop-shop

voor leren en ontwikkeling aan, met een ruime waaier van programma's:

- sessies voor de versterking van persoonlijke vaardigheden zoals mindfulness en people management,
- sessies voor de ontwikkeling van professionele competenties zoals presentatievaardigheden, zakelijk schrijven en vreemde talen,
- sessies voor de bevordering van de kennis van de producten van Telenet en BASE, zoals het Helemaal Mee Atelier.

Het Learnit-platform biedt ook een ruime selectie e-books aan.



Het in 2015 gestarte programma versterkt de persoonlijke weerbaarheid in tijden van verandering.

Het omvat inspiratie- en opleidingssessies voor zowel people leaders als medewerkers, om dankzij een sterke focus op zelfzorg, stress en burn-out gezondheids- en psychologische problemen te voorkomen.

Het Resilience-programma staat open voor alle medewerkers van de nieuwe, geïntegreerde organisatie. Het biedt de medewerkers een eendaagse en de managers een tweedaagse training aan.

Emotionele intelligentie, samenwerking, intrapersonlijke communicatie en omgaan met stress krijgen een bijzondere aandacht.

Het programma volgt de 70-20-10 ontwikkelingsbenadering in een combinatie van klassikale training, samenwerking en leren door te werken. De medewerkers van Telenet hebben het Resilience-programma goed omarmd en het heeft een positieve impact op de motivatie van de individuele medewerkers.



ENGAGEMENT NAAR DE MAATSCHAPPIJ EN DE LOKALE GEMEENSCHAPPEN

De digitalisering biedt aanzienlijke groeikansen voor de samenleving.

Door in onze vaste en mobiele netwerken te investeren, bouwen wij mee aan de kennismaatschappij van morgen.

Wij vinden dat mensen zich goed moeten voelen bij de rol die digitale technologie in hun leven speelt.

Daarom **versterken wij kinderen en jonge mensen** door hun vaardigheden voor de 21ste eeuw aan te scherpen.

Daarom **moedigen wij digitaal ondernemerschap aan** en stimuleren wij het Vlaamse medialandschap.

Daarom willen wij alle mensen de **juiste digitale vaardigheden** meegeven zodat ze de technologie kunnen omarmen, op hun eigen manier en op hun eigen tempo. Met de glimlach.



TERUGBLIK OP 2016

Investeren in digitale innovatie en in een performante netwerkinfrastructuur

Digitale innovatie is van kapitaal belang voor de welvaart van onze regio. Zij zorgt voor stijgende levenskwaliteit, duurzame groei en nieuwe banen. De Europese Commissie wil daarom de digitale economie stimuleren om tegen 2020 het Europese bbp met 5 procent te verhogen en 3,8 miljoen nieuwe banen te creëren.

Volgens recent onderzoek (2017) in opdracht van Liberty Global genereren investeringen in supersnelle breedbandnetwerken een belangrijk economisch voordeel voor de maatschappij. In de studie stelt Oxera, een internationaal economisch consultancybedrijf, dat de digitale economie zeven keer sneller groeit dan de rest van de economie.

Kwaliteitsvolle breedbandnetwerken leveren de consument geavanceerde communicatie- en entertainmentdiensten. Betrouwbare breedband bevordert de uitwisseling van informatie, stimuleert het onderwijs en maakt bedrijven productiever. Op basis van de gegevens van 2013 tot 2016 wordt het gemiddelde maatschappelijke rendement van de netwerkinvesteringen van Telenet in België op 37 procent geschat.

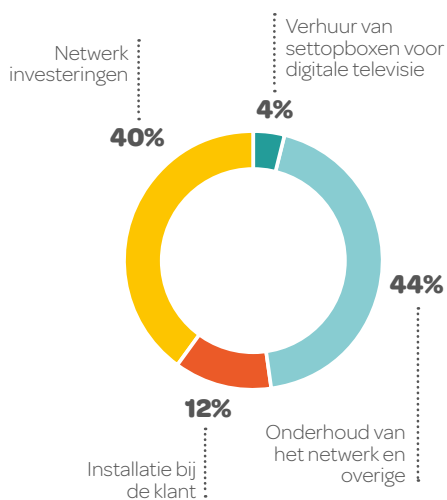
In 2016 investeerden wij in totaal 626,8 miljoen euro, wat 25,8 procent van onze bedrijfsopbrengsten vertegenwoordigt. Het grootste deel van deze investeringen ging naar de uitbreiding en de verbetering van onze netwerkinfrastructuur. **Telenet investeert elke dag 1,5 miljoen euro in zijn vaste en mobiele netwerken.**

De Grote Netwerf en Nexus, twee projecten die in 2014 werden gestart, veranderen onze vaste

netwerkinfrastructuur in Vlaanderen en Brussel in een krachtig netwerk dat onze residentiële en zakelijke klanten tegen 2019 internetverbindingen met breedbandsnelheden tot 1 Gbps en grote datavolumes zal aanbieden. Sinds de overname van BASE Company investeren wij overal in België ook in de upgrade tegen 2018 van het mobiele netwerk van BASE. Eind 2016 hadden wij al 500 macrosites met succes geüpgradet en in januari 2017 werden bijna 38.000 MVNO-klanten van Telenet naar ons eigen mobiele netwerk gemigreerd.

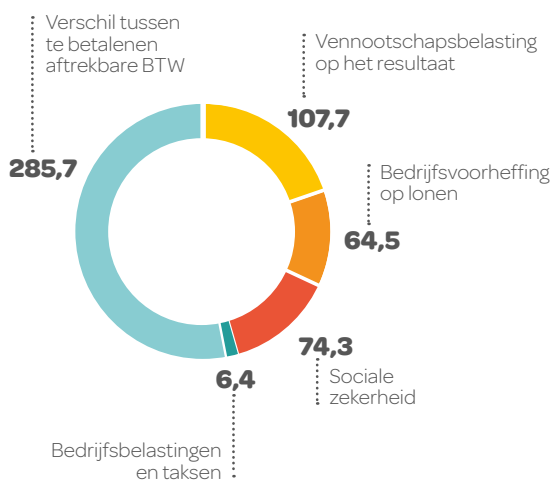
In 2016 bedroeg onze totale bijdrage aan de Belgische schatkist 538,6 miljoen euro of 110,9 procent van de gerealiseerde operating profit – het verschil tussen de omzet enerzijds en de kostprijs van de goederen en de verkoopkosten anderzijds. De totale bijdrage steeg met 22,4 procent in vergelijking met 2015.

Overzicht investeringen - 2016



Bijdrage aan de Belgische schatkist - 2016

in miljoen euro



Investeren in de lokale mediasector om creatief ondernemerschap te boosten

Als lokale speler in het Vlaamse media-ecosysteem zet Telenet zich al jaren in voor een sterk Vlaams audiovisueel landschap en **helpt het creatieve ondernemers om zich te ontplooiën**. Wij steunen Vlaamse televisieproducties en films via STAP, een investeringsprogramma van 30 miljoen euro dat van 2013 tot 2016 liep.

Wij hebben ook een participatie van 50 procent in De Vijver Media nv en werken met de zenders VIER en VIJF samen aan de opportuniteiten die de convergentie tussen televisie en internet biedt.

Een belangrijke mijlpaal in 2016 was de release van 'Chaussée d'Amour', onze eerste eigen dramareeks in samenwerking met de productiemaatschappij De Mensen. In oktober 2016 kondigden wij samen met de televisiezender VIER onze tweede dramareeks aan, 'De Dag', een productie van FBO en Woestijnvis met de steun van VAF/Mediafonds. Dit **nieuwe samenwerkingsmodel voor Vlaamse fictiereeksen** garandeert een win-win situatie voor de kijker, voor Telenet als Vlaamse speler in entertainment, en ook voor VIER dat op deze manier fictie van topniveau kan blijven maken en uitzenden.



Het digitale potentieel: kansen en uitdagingen

Wij leven in spannende tijden. Digitale innovatie schept nieuwe kansen, zowel in ons privéleven als op het werk. Wij zien een toekomst met slimme steden, duurzame mobiliteitsoplossingen en een betaalbare gezondheidszorg. Wij ervaren meer flexibiliteit op de werkplek en onvergetelijke entertainmentervaringen thuis.

Digitale technologie ontwikkelen en gebruiken is essentieel in de samenleving van vandaag en morgen.

Maar als toonaangevend telecom- en entertainmentbedrijf in België zijn wij ons ook bewust van de potentiële uitdagingen van deze digitalisering. Wij focussen daarbij specifiek op drie uitdagingen:

1. Het digitale potentieel voor iedereen ontsluiten

In de huidige kenniseconomie zijn **digitale vaardigheden** onontbeerlijk voor iedereen.

Maar niet iedereen is in het digitale tijdperk geboren en weet hoe hij of zij een belastingaangifte online moet invullen of veilig geld kan overschrijven via een e-banking app.

In de Digital Economy & Society Index (DESI) 2017 van de Europese Commissie staat België slechts op de 11de plaats voor menselijk kapitaal en digitale vaardigheden bij de bevolking. Volgens een recente studie van de Gezinsbond/Ligue des Familles (2016) heeft 20 procent van de Belgische bevolking problemen met het gebruik van internet en is 50 procent van de bevolking niet in staat om een overheidsformulier online in te vullen. Vooral bejaarden, vrouwen en kansarme mensen missen **digitale geletterdheid**.

De **Helemaal Mee Tournee**, een volledige, gratis check-up van de thuisinstallaties van onze Telenet-kliënten, geeft onze technici de kans om het gebruik van digitale technologieën met mensen te bespreken. Zo brengen onze technici klanten digitale basisvaardigheden bij, zoals een veilig gebruik van het internet, het meer halen uit hun digitale tv of de Yelo-app van Telenet gebruiken. In het najaar van 2016 stelde Telenet bovendien de **Digibende** voor, een groep van 20 enthousiaste 'digital natives' die gezinnen, kinderen en bejaarden op een speelse manier uitlegden hoe zij meer kunnen halen uit hun digitale leven.

Tegelijkertijd moeten wij de consumenten beter bewust maken van de **digitale risico's**, meer bepaald in termen van de privacy, de bescherming van persoonsgegevens en de preventie van datafraude. Het is onze verantwoordelijkheid om gepaste maatregelen te nemen en vooral kwetsbare groepen zoals kinderen in het digitale tijdperk te beschermen.

In 2016 heeft Telenet zich aangesloten bij het **Belgian Better Internet Consortium (B-BICO)**, dat de mediageletterdheid en een veiliger gebruik van het internet door kinderen wil bevorderen. Via Liberty Global, onze hoofdaandeelhouder, zijn wij ook een **Gold Partner van de jaarlijkse Safer Internet Day**, een Europese bewustmakingscampagne. Om de online veiligheid van kinderen en jonge mensen te bevorderen, bieden wij ook in al onze internet- en televisiediensten oplossingen voor oudercontrole aan.

In een **inclusieve digitale samenleving moeten technologische innovaties voor iedereen toegankelijk zijn**. Daarom hanteert Telenet **een sociaal tarief voor al zijn telecomproducten en -diensten** (internet, televisie, vaste en mobiele telefonie), waarbij het bedrijf verder gaat dan de Belgische wettelijke verplichtingen.

De Telenet Business-afdeling biedt – in samenwerking met de Vlaamse overheid – ook **SchoolNet+** aan, een commerciële oplossing met een maatschappelijke missie. Schoolnet levert basisscholen, middelbare scholen en bibliotheken internet- en beveiligingspakketten tegen een fors verlaagde prijs, ongeveer de helft

van het standaard markt-tarief. Het is de bedoeling onderwijsinstellingen een snelle internetverbinding en een bescherming tegen negatieve invloeden te verschaffen. Alle diensten worden door Telenet beheerd en beveiligd. Op die manier nemen wij de operationele verantwoordelijkheden van de ICT-coördinatoren van de scholen over, zodat zij zich volledig kunnen focussen op hun echte rol: de leerkrachten helpen om ICT-tools op efficiënte wijze in hun lessen te gebruiken.

2. Een digitale boost voor de generaties van morgen

De Europese DESI-trackers 2016-2017 spreken boekdelen: België heeft weinig afgestudeerden in de wetenschappen, technologie, ingenieurswetenschappen en wiskunde (Science, Technology, Engineering & Mathematics of STEM). Slechts 14 op 1.000 jongeren voltooien hun studies in een technische of wetenschappelijke onderwijsrichting. Dat leidt tot een tekort aan ICT-personeel, met mogelijk 30.000 openstaande vacatures tegen 2020.

Daarom heeft de Vlaamse regering in 2012 beslist om met het STEM-actieplan loopbanen in wiskunde, wetenschappen en technologie aan te moedigen. Het onderwijs speelt daar een grote rol in. Maar ook sociale partners, media en bedrijven scharen zich achter het plan. In november 2015 ondertekende Telenet het **STEM-charter**. Wij zijn ook een actief lid van de **STEM-academie** die vooral inzet op buitenschoolse STEM-activiteiten.

In dit kader steunt Telenet **CoderDojo Belgium**, een vzw die jongens en meisjes tussen 7 en 18 jaar in clubverband leert programmeren, websites maken, en apps en spelletjes leert ontwikkelen.

Dat bevordert niet alleen de digitale vaardigheden van de jongeren maar is ook van **cruciaal belang om hun creativiteit en ondernemingszin te stimuleren**. Op die manier scheppen wij economische toegevoegde waarde en duurzame groei op een competitieve wereldmarkt.

De groeiende start-upcommunity bewijst alvast dat inzetten op innovatie en creativiteit – gekruid met een flinke dosis durf en ondernemerschap – loont.

Sinds 2014 stimuleert Telenet jong digitaal ondernemerschap via het **Telenet Kickstart** acceleratieprogramma voor start-ups.

De **jeugdwerkloosheid** is een centraal probleem in de digitale economie en blijft moeilijk aan te pakken. In januari 2017 bedroeg ze 19,6 procent in Vlaanderen, 20 procent in Wallonië en 26,5 procent in Brussel. Een lage scholingsgraad vergroot het risico van langdurige werkloosheid. Het potentieel om jongeren die geen opleiding volgen en niet werken (Not in Education, Employment or Training, NEET) op te leiden, te activeren en aan een baan te helpen, vooral in de digitale wereld, is enorm. Daarom werkt Telenet samen met **YouthStart**, een internationale organisatie die in alle Belgische gewesten actief is, om het potentieel van werkloze jongeren te ontsluiten door hun ondernemersvaardigheden te versterken.

3. Het juiste digitale evenwicht vinden

Dankzij de digitale technologieën vinden mensen elkaar op elk moment, overal en op elk toestel.

De digitale wereld verandert ons persoonlijke en ons beroepsleven – meestal ten goede. Als telecom- en entertainmentleverancier scheppen en bevorderen wij met onze krachtige (mobiele) connectiviteitsoplossingen een digitale levenswijze.

Maar wij moeten ons ook bewust zijn van de nadelen van die 'altijd online' manier van leven.

Wij moeten mensen helpen om het juiste evenwicht te vinden, want digitale technologieën mogen persoonlijke interacties niet in de weg staan en geen ernstig gevaar vormen voor het leven of de gezondheid.

Vanuit dat perspectief voerden wij in de zomer van 2016 in samenwerking met het Belgisch Instituut voor Verkeersveiligheid de campagne '**Smart phones, smart drivers**'. De mediacampagne wees jonge chauffeurs op de gevaren van het gebruik van een smartphone aan het stuur. Een peiling heeft aangetoond dat een vijfde van de jonge chauffeurs hun smartphone regelmatig in het verkeer gebruikt, wat het risico van een ongeval met 23 procent verhoogt.

Thuis in de lokale gemeenschap

Telenet investeert in verschillende maatschappelijke projecten. In 2016 bedroeg onze financiële bijdrage aan goede doelen en gemeenschapsinitiatieven ruim 1,2 miljoen euro. Maar wij gaan verder dan louter financiële bijstand: wij bevorderen en ondersteunen het actieve engagement van onze medewerkers. Onze medewerkers zijn sterk verankerd in de lokale gemeenschap. Zij fietsen

en lopen samen voor het goede doel, zamelen geld in voor goede werken en investeren hun eigen tijd als mentor of coach in sociale projecten die Telenet steunt.

Sinds 2015 kan elke Telenet-medewerker per kalenderjaar één dag betaald vrijaf nemen voor vrijwilligerswerk in een van de door Telenet ondersteunde projecten. In 2016 investeerden de Telenet-medewerkers 2.145 uur in gemeenschapswerk. In 2017 willen wij dit vrijwilligersprogramma voor

onze mensen uitbreiden naar de medewerkers van het voormalige BASE Company, die sinds 2016 deel uitmaken van onze organisatie.

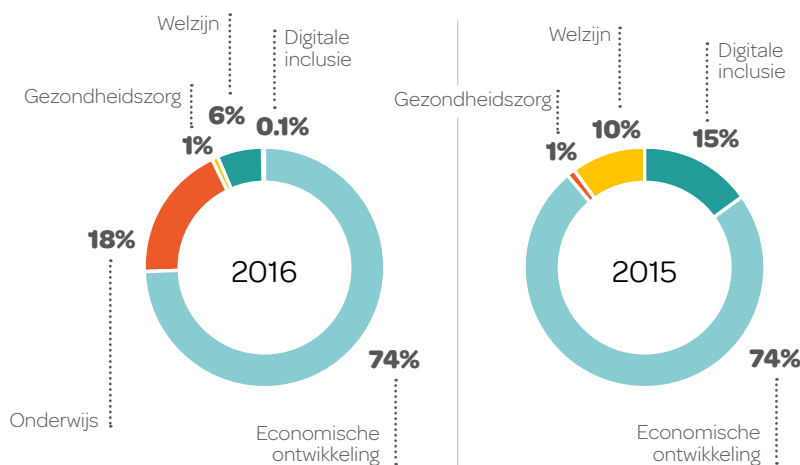
Het 'Give a smile'-programma geeft Telenetmedewerkers de kans om hun jaarlijkse teambuildingactiviteit in het teken van een goed doel te stellen. Wij werken hiervoor samen met de vzw Time4Society, die maatschappelijk georiënteerde teamevents op maat aanbiedt.



Totale gemeenschapsinvesteringen



Gemeenschapsinvesteringen per type (%)



2016

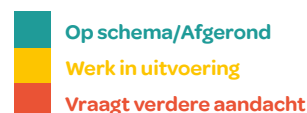
2015







Vrijwilligerswerk Telenet medewerkers



IN EEN NOTENDOP: HOOGTEPUNTEN EN REALISATIES IN 2016



Focus	Hoogtepunten en realisaties in 2016	Status	Volgende stappen
Investeren in premium vaste en mobiele connectiviteitsoplossingen	De Grote Netwerf en Nexus De Grote Netwerf ging in 2014 van start om het vaste netwerk te optimaliseren. Het vertegenwoordigt een investering van 500 miljoen euro op 5 jaar. Wij investeren verder nog eens 9,5 miljoen euro in Nexus, dat kmo-bedrijvenparken met het vaste netwerk verbindt. Eind 2016 hadden we 36 procent van de vaste netwerkknooppunten geüpgraded.		De Grote Netwerf en Nexus voortzetten Tegen eind 2017 willen wij 60 procent van de vaste netwerkknooppunten upgraden.
	Upgrade van het mobiele netwerk van BASE Na de overname van BASE Company in het voorjaar van 2016 kondigden wij aan dat wij 250 miljoen euro zouden investeren in de upgrade van het volledige Belgische mobiele netwerk tegen 2018. In 2016 hebben wij iets meer dan 500 macrosites geüpgraded en 100 nieuwe sites uitgerold.		Verder werken aan de upgrade van het mobiele netwerk van BASE Wij mikken op de upgrade van 2.800 microsites en de uitrol van 800 tot 1.000 nieuwe mobiele sites. Medio 2018 moet het leeuwendeel van de upgrades voltooid zijn.
	Superieure connectiviteit In december 2016 ontving Telenet de Speedtest by Ookla Award en werd het bekroond als snelste Belgische internetprovider.		
Digitaal en creatief ondernemerschap in België stimuleren	Telenet Kickstart In juni 2016 voltooiden 4 groeiende start-ups hun traject in het acceleratieprogramma Telenet Kickstart powered by Idealabs. In de zomer van 2016 zetten wij een punt achter de samenwerking met de Antwerpse accelerator Idealabs. Wij beslisten om ons start-upprogramma te heroriënteren naar drie activiteitsdomeinen: Community, Acceleration en Sustainable Growth. Onze investering in de Community-pijler kreeg vorm in de samenwerking met Start it@kbc, de grootste start-upcommunity van België.		Telenet Kickstart 2.0 ontwikkelen Wij blijven het Belgische start-uplandschap steunen. Om nog meer impact te genereren, moeten wij onze aanpak diversifiëren en onze initiatieven beter afstemmen op de levenscyclus van de start-ups. Wij moeten bovendien duurzame partnerships en samenwerkingen ontwikkelen in alle Belgische regio's: Community: doorlopende samenwerking met Start it@kbc en kansen voor partnerships zoeken in Wallonië en Brussel. Acceleration: samenwerking met IMEC iStart. Sterke focus op start-ups in de sector van de telecommunicatie, media en entertainment. Sustainable growth: investeringen in beloftevolle start-ups, scale-ups en spin-offs die een toegevoegde waarde bieden voor de businessactiviteiten van Telenet.
	Investeren in het Vlaamse medialandschap In mei 2016 bracht Telenet 'Chaussée d'Amour' uit, onze eerste eigen dramareeks, gefinancierd via STAP. In oktober 2016 kondigden wij samen met de televisiezender VIER de tweede eigen dramareeks van Telenet aan, 'De Dag', een productie van FBO en Woestijnvis met de steun van VAF/Mediafonds.		Blijven investeren in het Vlaamse medialandschap Wij zullen blijven investeren in beloftevolle lokale content in 2017 en daarna. Er wordt een herziening van het STAP investeringsfonds voorzien, in nauw overleg met de betrokken stakeholders in het Vlaamse media- en entertainmentlandschap.

Focus	Hoogtepunten en realisaties in 2016	Status Volgende stappen
Kinderen en jongeren klaarstomen voor de digitale economie via ondernemerschap en digitale geletterdheidsvorming	CoderDojo Belgium In 2016 organiseerden 370 enthousiaste vrijwilligers 69 dojo's op maandbasis. Zij bereikten 20.700 kinderen, vooral in Vlaanderen en Brussel. In Wallonië gingen de eerste dojo-clubs van start..	 Blijven samenwerken met CoderDojo Belgium Om het bereik in alle Belgische regio's te maximaliseren, moeten wij structurele samenwerkingen uitbouwen en investeren in aanvullende opleidings- en communicatie-initiatieven die de CoderDojo community echt versterken. Wij moeten een bijzondere nadruk leggen op het benaderen van kinderen in kanszoekende gemeenschappen.
	Ondernemingszin bij jongeren versterken Sinds september 2016 is Telenet een Platinum Sponsor van YouthStart, een internationale organisatie die overal in België met coaching en training de ondernemingszin van kanszoekende jongeren stimuleert. Wij helpen de organisatie structureel bij het inrichten van zowat 50 trainingssessies voor ongeveer 450 jonge mensen in Brussel en Wallonië.	 Ondernemingszin bij jongeren blijven versterken Wij blijven ons voor YouthStart engageren en breiden onze inspanningen om jongeren mondig te maken uit met BeCode, een gloednieuw programma voor beroepsopleidingen dat kansarme jongeren in Brussel zal helpen om hun vaardigheden als webontwikkelaar of webdesigner te ontwikkelen.
Basisvaardigheden in digitale geletterdheid voor iedereen verzekeren	De Digibende In het najaar van 2016 stelde Telenet de Digibende voor: 20 enthousiaste 'digital natives' die gezinnen, kinderen en bejaarden op een speelse manier uitlegden hoe ze meer kunnen halen uit hun digitale leven. Een van de belangrijkste initiatieven van de campagne was 'Campus Senior', dat studenten op zoek naar een rustige plek om te studeren in contact bracht met senioren. In ruil voor een studiekamer en een kopje koffie, maakten de studenten de senioren vertrouwd met de digitale wereld.	 De Digibende-campagne evalueren Wij onderzoeken hoe wij de Digibende-campagne kunnen opschalen om ze op een duurzame manier te organiseren. Het is in dit stadium niet zeker of de campagne zal worden voortgezet.
	Online veiligheid In 2016 ondertekende Telenet het charter van het Belgian Better Internet Consortium (B-BICO).	 Blijven focussen op online veiligheid Wij zullen het B-BICO-initiatief actief steunen. In samenwerking met de verschillende partners zal een actieplan worden ontwikkeld.
De juiste digitale balans promoten	'Smart phones, Smart drivers' Deze campagne, die in de zomer van 2016 in samenwerking met het Belgisch Instituut voor Verkeersveiligheid werd gevoerd, maakte jongeren bewust van de gevaren van het gebruik van een smartphone in het verkeer. De communicatie omvatte radiospots, posts in de sociale media, de distributie van 20.000 flyers bij jongerenverenigingen en promoties op 9 zomerfestivals overal in België. Tot 20.000 mensen bezochten de website van de campagne met nuttige informatie en tips & trucs voor een veilig gebruik van de smartphone in het verkeer.	 De campagne 'Smart phones, Smart drivers' bijshaven Uit een gedetailleerde evaluatie van de campagne 2016 is gebleken dat wij meer stakeholders, zoals overheidsbesturen, organisaties uit het maatschappelijke middenveld en bedrijven, bij het initiatief moeten betrekken om een echte maatschappelijke impact te hebben. Het Belgische Instituut voor de Verkeersveiligheid onderzoekt de mogelijkheid van een consortium met verschillende actoren. Een tweede campagne 'Smart phones, Smart drivers' zou kunnen worden uitgebreid naar andere doelpublieken, zoals de leeftijdsgroep van 35-45 jaar.

IN DE KIJKER



TELENET KICKSTART

Telenet is niet aan zijn proefstuk toe in de steun aan jonge digitale ondernemers.

Met het Telenet Kickstart acceleratieprogramma voor start-ups, helpen wij veelbelovende starters om hun innovatieve idee in een leefbare, duurzame onderneming om te zetten.

In september 2014 lanceerden wij ons eerste incubatorprogramma in een samenwerking met het in Antwerpen gebaseerde Idealabs. Met een programma van twee opeenvolgende fasen van elk 4 maanden, hebben wij 18 start-upteams op weg geholpen. In de acceleratiefase zetten 8 tot 10 start-upteams hun innovatieve idee om in een werkbaar prototype of MVP (minimum viable product).

Na een pitchsessie voor een professionele jury, kregen 4 teams in de groeifase van het programma de kans om hun MVP verder te verfijnen tot een markt klaar product.

Telenet Kickstart begeleidde de start-ups tijdens het volledige proces met:

- **Expertise** – Een netwerk van ervaren mentoren coachte de teams op fiscaal, juridisch, psychologisch, technisch en marketingvlak
- **Werkruimte** – De Idealabs-hub in hartje Antwerpen werd voor de ondernemers een inspirerende tweede thuis.

- **Financiering** – De teams kregen 25.000 euro seedfunding tijdens de acceleratiefase en een converteerbare lening van 50.000 euro tijdens de groeifase.

Een belangrijke mijlpaal van het programma 2016 was de inspiratiereis voor start-ups naar New York, waar zij de lokale start-upcommunity leerden kennen en potentiële groeikansen verkenden. De zogenaamde **BeBoldNY-trip** was een gezamenlijk initiatief van IMEC iStart, Start it@kbc en Telenet Kickstart in een partnership met Startups.be, BELCHAM en Flanders Investment & Trade.

De tweede editie van Telenet Kickstart, powered by Idealabs, werd eind juni 2016 afgerond.

Verscheidene start-ups zetten hun groei verder, verwerven hun eerste klanten en overtuigen nieuwe investeerders die hen tot 1 miljoen euro toevertrouwen.

In de zomer van 2016 hebben wij een punt gezet achter de samenwerking met Idealabs om het start-up acceleratieprogramma te heroriënteren. Om de impact in de verschillende Belgische regio's te versterken en start-ups in hun volledige levenscyclus te begeleiden, van het eerste begin tot een duurzame groei, hebben wij beslist om Telenet Kickstart rond drie grote pijlers op te bouwen:

- **Community – Investeren in het start-uplandschap:** via structurele partnerships met toonaangevende incubatoren en acceleratoren in België willen wij (digitale) ondernemers in de opstartfase mentoring en coaching verstrekken en hen leren hoe zij hun innovatieve idee kunnen omzetten in een schaalbare, markt klare oplossing. Wij organiseren in dat kader ook inspirerende events en internationale start-uptrips. In 2016 heeft dit engagement tot een structurele samenwerking met Start it@kbc geleid, de grootste Belgische start-upcommunity.
- **Acceleration – De groei van start-ups versnellen:** wij willen de werking van start-ups, scale-ups en digitale ondernemers versnellen. De recent bekendgemaakte samenwerking met IMEC iStart en de lancering van de IMEC iStart vertical voor Telecom, Media en Communicatie geven dit engagement gestalte.
- **Sustainable Growth – Duurzame groei stimuleren:** wij willen investeren in start-ups en scale-ups die onze eigen activiteiten als toonaangevend telecom-, media- en entertainmentbedrijf een meerwaarde verschaffen. Wij vormen strategische win-win partnerships door financieel te investeren of door diensten te kopen bij innovatieve digitale ondernemers. Enkele voorbeelden: de samenwerking tussen Telenet Play Sports en Fan Arena, een alumnus van Telenet Kickstart met een focus op fantasiesport; en de implementatie van de oplossing voor datavisualisering van Cumul.io in de organisatie van Telenet Business.

Telenet investeert tot 1 miljoen euro per kalenderjaar in het activeren en versterken van start-ups.





ENGAGEMENT NAAR OPEN, EERLIJKE EN TRANSPARANTE BEDRIJFSPRAKTIJKEN

Als belangrijke Belgische speler in telecommunicatie, media en entertainment willen wij het **vertrouwen van onze stakeholders behouden en versterken. Wij verbinden ons ertoe om onze bedrijfsactiviteiten uit te voeren op een eerlijke, verantwoorde en transparante manier.** Wij hanteren daarvoor de hoogste standaarden voor corporate governance en werken actief met onze stakeholders samen om aan hun verwachtingen met betrekking tot onze sociale, economische en milieu-impact te beantwoorden.



TERUGBLIK OP 2016

1.

ONZE ECOLOGISCHE VOETAFDRUK BEPERKEN

Wij willen Telenet als bedrijf doen groeien maar tegelijk ook onze milieu-impact beperken.

Wij focussen hierbij op drie grote prioriteiten:

- Onze koolstofuitstoot verminderen;
- Onze energie-efficiëntie verbeteren;
- De recyclage en het hergebruik van (elektronisch) afval opdrijven

2016 was een jaar met uitdagingen.

De overname van BASE Company – met zijn eigen mobiele netwerkinfrastructuur en zijn eigen operationele activiteiten in de toeleveringsketen – heeft de algemene energie- en koolstofefficiëntie van Telenet onder druk gezet.

Gelet op de impact van de overname van BASE Company op onze ecologische voetafdruk hebben wij besloten om **een nieuwe baseline voor onze milieu-impact** te bepalen, met de geconsolideerde resultaten van Telenet en BASE Company in 2016 als vertrekpunt:

Emissies van broeikasgassen in ton (2016)	Totaal geconsolideerde organisatie Telenet Group Holding NV	Telenet*	Voormalige BASE Company*
Emissies Scope 1	8.928	6.816	2.112
Markt gerelateerde emissies Scope 2	4.766	3.271	1.495
Locatie gerelateerde emissies Scope 2	35.273	18.584	16.689
Emissies Scope 3	3.912	3.613	299
Totale locatie gerelateerde emissies van broeikasgassen	48.114	29.013	19.101
Totale markt gerelateerde emissies van broeikasgassen	17.606	13.699	3.907
Koolstofcompensatie (Bos+)	0	8.627	0
Resterende marktgebaseerde uitstoot van broeikasgassen	17.606	5.072	3.907

* De apart vermelde cijfers voor Telenet en het voormalige BASE Company zijn ramingen.

De recente overname van SFR, die op 13 juni 2017 door de Belgische Mededingingsautoriteit werd goedgekeurd, zal onze netwerkinfrastructuur en onze activiteiten verder uitbreiden in delen van Brussel, Wallonië en het Groothertogdom Luxemburg. Dit zal eveneens een impact hebben op onze ecologische voetafdruk.

Daarom hebben wij in dit stadium nog geen nieuwe doelstellingen voor de energie-efficiëntie en de vermindering van de koolstofuitstoot tegen 2020 bepaald. Onze teams zullen in de volgende maanden de netwerkinfrastructuur en de operationele processen van SFR evalueren en alle gegevens verzamelen die ons in staat zullen stellen om de baseline voor onze milieu-impact verder te verfijnen en nieuwe streefdoelen voor de energie-efficiëntie te bepalen.

Wij investeren ook in een initiatief voor **koolstofcompensatie** om onze ecologische voetafdruk te beperken. Telenet heeft sinds 2011 een structureel partnership met de natuurorganisatie Bos+, die zich inzet voor meer en betere bossen in Vlaanderen en de wereld. Bos+ werkt met plaatselijke ngo's samen aan



een duurzaam herbebossingsproject in Ecuador. Sinds de start van het project in 2011 werden 383.095 inheemse bomen geplant, wat overeenkomt met de herbebossing van 517 hectare en een geraamde totale koolstofopslag van 8.627 ton in 2016. De resultaten van deze koolstofcompensatie gelden alleen voor de emissies van Telenet, niet voor de uitstoot van de activiteiten van het voormalige BASE Company. De voordelen van dit initiatief voor natuurvriendelijk bosbeheer gaan veel verder dan de koolstofopslag. Het bos brengt de plaatselijke fauna en flora weer tot leven met schaduw, schone lucht en voedsel. Bovendien scheppen de boomkweek en het aanplanten en beheren van de bossen lokaal banen en activeren ze tientallen plaatselijke inwoners.

Het Carbon Disclosure Project (CDP) heeft het klimaatactieplan van Telenet in 2016 geëvalueerd.

Telenet heeft een B- score 'Management' ontvangen als erkenning van zijn gecoördineerde actie in de klimaatproblematiek. Telenet scoort boven het Industry Activity Group Average en het CDP Program Average (C-, Awareness). In zijn evaluatierapport verwijst CDP naar onze sterke prestatie in termen van governance en emissiebeheer. Belangrijke verbeteringsdomeinen zijn een meer proactieve benadering van het beheer van risico's en opportuniteiten, en de verificatie van de Scope 1-2-3 emissiegegevens door een derde partij.



ONZE BELANGRIJKSTE INITIATIEVEN OP HET VLAK VAN ENERGIE-EFFICIËNTIE

Om onze energie-efficiëntie te verbeteren, zullen wij passende maatregelen blijven nemen in de volgende domeinen:

- **Elektriciteitsverbruik in onze eigen gebouwen en gehuurde panden.** Telenet gebruikt 100 procent groene stroom in zijn eigen gebouwen, met inbegrip van de gebouwen van Hostbasket, Belcompany en Interkabel. Wij kiezen voor hernieuwbare energiebronnen zoals zonnepanelen. De gebouwen die wij huren – zoals de kantoren van het voormalige BASE Company in Woluwe – gebruiken niet allemaal groene stroom. In 2016 bedroeg het aandeel grijze stroom 8 procent. Wij zullen de komende jaren verdere oplossingen zoeken om – waar mogelijk - grijze stroom om te zetten in groene. Wij zullen dit steeds in nauw overleg doen met de eigenaren van de gehuurde panden.

- **Energie-efficiëntie van onze netwerkinfrastructuur.** Wij bereiken belangrijke besparingen door te investeren in onze netwerken en door oude apparatuur te vervangen door efficiëntere toestellen. De energie-efficiëntie – Power Usage Efficiency (PUE) – van de 51 technische stations van het vaste netwerk van Telenet en van de datacenters van Telenet en BASE wordt permanent gemeten, wat een snellere bijstelling en optimalisatie van de systemen en processen mogelijk maakt.

- **Energie-efficiëntie van de datacenters.** Telenet onderschrijft de Europese gedragscode voor datacenters. De datacenters zijn immers, naast de elektriciteit die het vaste en het mobiele netwerk verbruiken, verantwoordelijk voor een belangrijk aandeel van ons totale elektriciteitsverbruik. Om de Power Usage Efficiency-waarden te verbeteren, investeren wij in

ledtechnologie, alternerende puls voor de klimaatkasten en turbocompressoren voor de koelgroepen. Wij vervangen ook oude koelapparatuur en verhogen het gebruik van het serverpark.

- **Mobiliteit en transport.** Wij stimuleren verantwoorde mobiliteitsoplossingen bij onze medewerkers:

- o **Schone voertuigen** – De gemiddelde CO₂-uitstoot van alle personenwagens bedroeg in 2016 110 g/km en de gemiddelde CO₂-uitstoot van de nieuw ingezette personenwagens bedroeg 106 g/km.

- o **Mobiliteitsalternatieven voor bedrijfswagens** – Sinds januari 2013 kunnen medewerkers hun bedrijfswagen combineren met een treinabonnement. Of zij kiezen voor een kleinere leasewagen met een lagere CO₂-uitstoot en een vergoeding voor het ongebruikte budget. Zij kunnen ook volledig afzien van een bedrijfswagen, in ruil voor een vergoeding. De medewerkers van het voormalige BASE Company kunnen een abonnement op het openbaar vervoer kiezen in plaats van een bedrijfswagen. Medewerkers in de kantoren van Telenet in Mechelen kunnen met huurfietsen van de sociale werkplaats 't Atelier van en naar het treinstation fietsen.



- **Afval verminderen.** Wij nemen diverse maatregelen:
 - **Materiaal hergebruiken** - een groot deel van de decoders en modems van Telenet wordt gerecycled. Telenet werkt samen met het bedrijf IMSIR in Boom aan een reverse logistics -oplossing. Gebruikte uitrusting van BASE wordt via Amtrust gerecycled. Oude pc's en IT-uitrusting van Telenet krijgen een tweede leven dankzij een samenwerking met de vzw Close the Gap, terwijl oude apparatuur van BASE door Pro Used Computers (PUC) wordt opgeknapt. In 2016 ruilde 1,1 procent van de klanten die in een verkooppunt van Telenet of BASE een nieuwe mobiele telefoon kochten hun oude toestel in. Sommige van deze mobiele telefoons worden als tweedehandstoestellen weer in omloop gebracht.
 - **Afval correct verwerken** - In eerste instantie trachten wij zo veel mogelijk afval te vermijden door een rationeel papierverbruik in onze kantoren aan te moedigen en slimme en milieuvriendelijke verpakkingsopties te kiezen, zodat wij elk jaar niet minder dan 285 ton papier en 600 ton CO₂ besparen. Wij opteren ook voor digitale oplossingen in de administratie. Zo verwerkte de leveranciersboekhouding van Telenet in 2016 67.500 facturen (87 procent van het

totaal) digitaal – een enorme papierbesparing. BASE verwerkte in 2016 22.000 facturen digitaal (70 procent van het totaal). Sinds 2013 maakt Telenet gebruik van elektronische maaltijdcheques, en in 2016 kozen 1.950 medewerkers voor een elektronische loonbrief. 509 medewerkers van het voormalige BASE Company opteerden eveneens voor een elektronische loonbrief. Tot slot kozen in 2016 56 procent van de klanten van Telenet en 70 procent van de klanten van BASE voor een elektronische factuur.

Wanneer afval niet te vermijden is, doen wij alles om het correct op te ruimen. Normaal wordt het afval dat wij zelf produceren gerecycled of definitief verwijderd met energierecuperatie (bijvoorbeeld door verbranding). Telenet werkt voor de verwijdering van zijn gewoon afval (bv. van de kantoren en winkels) voornamelijk samen met SUEZ en Brussel Energie. Elektronisch afval wordt afzonderlijk verwerkt. SIMS Recycling Solutions verwerkt afgedankte elektrische en elektronische producten en zorgt ervoor dat 95 procent van de materialen uit deze toestellen gerecycled wordt tot herbruikbare grondstoffen of energie. Het afval van het BASE-netwerk wordt door de bedrijven Timeline en CDPI verwerkt.

In 2016 waren er geen nieuwe lekkage-incidenten. Twee incidenten uit het verleden in de Mechelse kantoren van Telenet werden opgelost of verder behandeld. De bodemsanering na een brandstoflek in 2012 werd voortgezet en zal in 2017 voltooid zijn. In december 2015 werd tijdens bouwwerkzaamheden op het parkeerterrein een historische lekkage vastgesteld in twee ondergrondse brandstoftanks. De tanks dateren uit de periode dat de bedrijfsterreinen van Telenet nog voor militaire doeleinden werden gebruikt. De tanks werden verwijderd en er werd een kwaliteitsonderzoek uitgevoerd op de bodem en het grondwater. Het dossier werd in 2016 met de goedkeuring van de autoriteiten afgesloten.

Voor de correcte verwerking van het afval dat bij onze klanten tot stand komt, is Telenet aangesloten bij diverse door de overheid erkende organisaties. Bij elke aankoop van een Telenet of BASE-product gaat er een bijdrage naar Recupel en Bebat. Voor andere afvalstromen, zoals verpakking en reclaimedrukwerk, betalen wij een jaarlijkse bijdrage aan Fost Plus, Val-i-Pac en de vzw Interventiefonds oud papier.



IN DE KIJKER

TELENET & IMSIR: REVERSE LOGISTICS OP MAAT



Telenet recycleert elk jaar meer dan 220.000 decoders en modems die de eindklanten bij de Telenet Centers hebben ingeleverd of die door de technici van Telenet vervangen zijn. Wij waren op zoek naar een duurzame en kostenefficiënte reverse logistics-oplossing die het afval beduidend zou verminderen en een sociale dimensie zou hebben.

Sinds 2007 werken wij samen met het bedrijf IMSIR in Boom, dat mensen met een beperkte toegang tot de arbeidsmarkt jobkansen aanbiedt. De 60 medewerkers van IMSIR pakken het werk op een gestructureerde manier aan: de ontvangen goederen worden uitgepakt, geteld en gesorteerd. Vervolgens worden ze op moderne testbanken getest. De decoders en modems die nog goed werken, worden door het team van IMSIR opgeknapt en opnieuw verpakt. Daarna zijn ze volledig klaar om opnieuw te worden gebruikt. Toestellen die niet meer correct werken, worden gerecycleerd. Dit reverse logisticsproces volgt welomschreven

procedures en voldoet aan strenge kwaliteitsnormen. Eind 2011 verkreeg IMSIR de ISO9001-kwaliteitscertificering voor dit proces.

De duurzame samenwerking tussen Telenet en IMSIR levert elk jaar een belangrijke bijdrage aan het milieu. In 2016 vermeden wij meer dan 329 ton afval door gebruikte decoders en modems te recyclen en te herwaarderen. De samenwerking met IMSIR schept bovendien banen voor meer dan 60 mensen met beperkte toegang tot de arbeidsmarkt.

Tot slot biedt het project kansen aan tientallen stagiaires uit het bijzonder onderwijs en stages voor werkzoekenden die weer toegang willen krijgen tot de arbeidsmarkt.

De reverse logistics -samenwerking tussen Telenet en IMSIR blijft groeien. Dit jaar kopen wij speciale testapparatuur voor modems aan, die in de loop van 2017 in het atelier van IMSIR zal worden geïnstalleerd.



2.

ONZE WAARDEKETEN OP EEN VERANTWOORDELIJKE MANIER BEHEREN

De producten en diensten die wij afnemen van onze leveranciers hebben net zozeer een ethische, ecologische en sociale impact als onze eigen producten en diensten.

Wij belonen de leveranciers die naar duurzaam ondernemen streven en stimuleren de anderen om zichzelf op dat vlak te verbeteren. Deze ambitie is stevig geïntegreerd in ons inkoopproces.

Onze leveranciers moeten bij elke offerte informatie verstrekken over:

- het sociale beleid op de werkvloer;
- de naleving van de wetgeving en regels inzake kinderarbeid;
- hun inzet voor een efficiënt transport;
- de ecologische inspanningen bij de bedrijfsvoering.

Bij de selectie van een leverancier krijgen deze criteria een relatief groot gewicht,

naast de prijs en kwaliteit van de te leveren goederen of diensten.

Wanneer het contract rond is, nemen wij er de veiligheids- en milieuspecificaties heel precies in op: richtlijnen rond apparatuur en grondstoffen, specificaties over energieverbruik en verpakking, afval en recycling. Wij verwachten ook dat alle leveranciers **onze Gedragscode en ons Anti-corruptiebeleid** onderschrijven. Dit beleid verzekert dat er geen belangenconflict bestaat tussen de leveranciers en hun vertegenwoordigers enerzijds, en Telenet en met Telenet verbonden personen anderzijds.

De **Gedragscode** behandelt de volgende thema's:

- milieunormen voor de activiteiten, producten en diensten van de leverancier;

- fundamentele mensenrechten (zoals verbod op dwangarbeid en kinderarbeid);
- werkomstandigheden (zoals werktijd en ontslagregeling);
- gezondheid en veiligheid op het werk;
- bedrijfsethiek (zoals anti-corruptie).

De leveranciers beloven ook om zich te houden aan de **Principes rond Verantwoord Inkopen en Supply Chain** van ons moederbedrijf Liberty Global. Deze principes omvatten internationale arbeidsnormen zoals de International Labour Organization Core Conventions, het VN-verdrag inzake de rechten van de mens, omkoping en corruptie, gezondheid, veiligheid, en milieu.

TELENET LEVERANCIERS-BELEID

- eist van zijn leveranciers en onderaannemers om te voldoen aan de fundamentele gebieden van de ILO-conventie over verbod op kinderarbeid, dwangarbeid, discriminatie en vrijheid van vereniging.
- dekt andere arbeidsnormen inclusief gezondheid en veiligheid, arbeidstijden, lonen.
- is publiek beschikbaar.
- is geïntegreerd in haar inkoopproces.

TELENET NEEMT VOLGENDE ACTIES OM HET BELEID TE HANDHAVEN

- communiceert zijn beleid naar zijn leveranciers wereldwijd. Alle leverancierscontracten bevatten een clause met betrekking tot arbeidsnormen.
- controleert de leveranciers voor de naleving van zijn beleid
- voert audits uit bij zijn leveranciers voor de naleving van het beleid. Telenet zal regelmatig de supply chain doorlichten en op verdenking van een overtreding, zal een formele audit worden uitgevoerd.
- heeft procedures voor de behandeling van niet-naleving. Telenet zal leveranciers helpen om corrigerende maatregelen te nemen in geval van niet-naleving.

Met de volgende initiatieven moedigen wij de leveranciers doorlopend aan om hun duurzaamheid te verbeteren:

- ontwikkeling van een leveranciershandleiding, die elke nieuwe leverancier ontvangt;
- uitwerking van een kwaliteitshandboek met de warehousepartner;
- organisatie van een jaarlijkse 'dag van de aannemers', met een prijs voor de beste aannemer;
- opleiding van nieuwe medewerkers van installatiebedrijven in klantvriendelijkheid en technische aspecten; opname van een bonus/malusclausule in het contract met kritieke leveranciers.

Met het oog op een efficiënt beheer van onze toeleveringsketen hebben wij een proces geformaliseerd voor de identificatie van kritieke leveranciers aan de hand van de **Kraljic-matrix**, met een classificatie in 4 grote categorieën: hefboomproducten (15 procent van de leveranciers), strategische producten (5 procent van de leveranciers), knelpuntproducten (5 procent van de leveranciers) en niet-kritieke/routine producten (75 procent van de leveranciers).

Sinds 2013 gebruikt Telenet – samen met Liberty Global, zijn hoofdaandeelhouder – de dynamische scorekaart van **EcoVadis** om de ethische, ecologische en sociale risico's van zijn leveranciers te meten. EcoVadis beoordeelt de MVO-prestaties van bedrijven volgens 21 indicatoren, gegroepeerd in vier thema's: milieurisico's, sociale risico's (werkomstandigheden en mensenrechten), ethische risico's en leveranciersrisico's. Elk bedrijf krijgt een score van 1 tot 100. Wij gebruiken dit systeem om de prestaties van onze leveranciers te vergelijken en te benchmarken.

Wij controleren onze leveranciers regelmatig en gaan bij een vermoeden van een inbreuk over tot een formele audit. Bij niet-naleving van de MVO-principes helpen wij de leverancier eerst om corrigerende maatregelen te nemen. Wanneer er geen overeenstemming wordt gevonden over een aanvaardbaar herstelplan, kan de zakelijke relatie beëindigd worden.

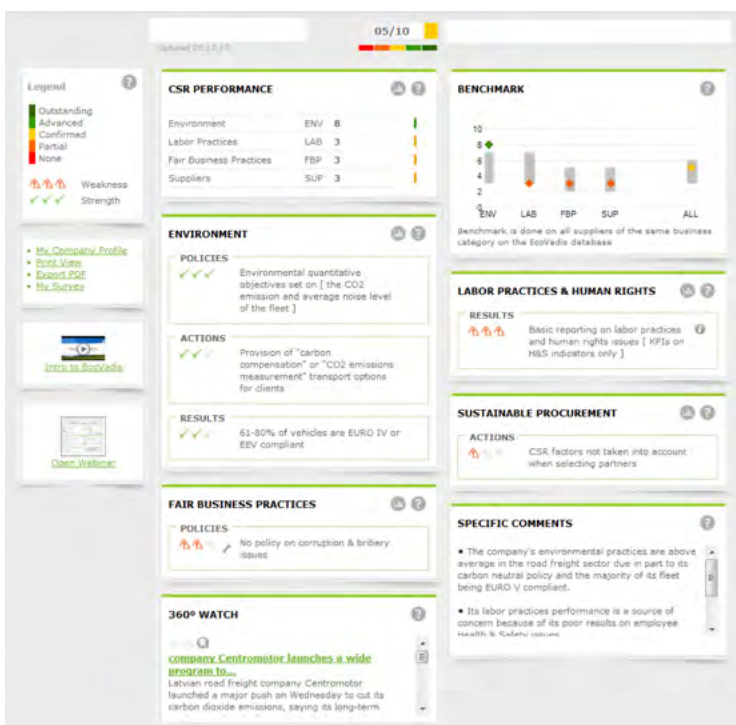
In 2016 werd een risicoanalyse uitgevoerd bij 94 leveranciers, van wie 46 rechtstreeks voor Telenet werkten. Alle onderzochte leveranciers van Telenet kregen een gemiddelde tot goede score voor hun MVO-engagement.

Geen enkele leverancier van Telenet eindigde in de categorie met hoog risico.

Telenet is zelf als een belangrijke leverancier aan grote ondernemingen.

In augustus 2016 vroeg Nestlé ons om aan hun leverancierevaluatie door EcoVadis mee te werken om onze duurzaamheid in termen van milieu, maatschappelijke verantwoordelijkheid en goed bestuur te laten meten.

Telenet behield zijn **Gold EcoVadis CSR Rating** en verbeterde zijn algemene score lichtjes: wij gingen van 63 punten in de evaluatie door EcoVadis in 2014 naar 64 punten in de huidige evaluatie. Wij scoren vrij goed in de domeinen arbeidsvoorwaarden, eerlijke bedrijfspraktijken en duurzame bevoorrading, maar lopen achter op het vlak van het milieu. De belangrijkste milieurisico's die EcoVadis aanstipt, zijn een gebrek aan certificering en formeel beleid. Dat is vrij vergelijkbaar met het resultaat van de milieu-evaluatie door CDP in 2016. Met deze scores zijn de resultaten van Telenet voor Nestlé voor een periode van drie jaar bevestigd. De score van EcoVadis voor 2016 werd ook meegedeeld aan de Belgische bank KBC, die Telenet in het najaar van 2016 als leverancier liet evalueren.



Voorbeeld EcoVadis Scorecard



Kraljic matrix

3.

GOED BESTUUR EN TRANSPARANTE BEDRIJFSVOERING VERZEKEREN

Telenet verbindt zich tot eerlijk, verantwoord en transparant zakendoen.

In die context hanteren wij **een reeks interne gedragscodes en externe economische, maatschappelijke en milieucharters, principes en initiatieven**. Wij verzekeren de naleving van de **mensenrechten** in onze volledige waardeketen door onze medewerkers, klanten en leveranciers de hoogste normen op te leggen.

Zo gebruiken wij de principes van het **UN Global Compact** als richtlijn voor onze strategie, onze bedrijfscultuur en de duurzaamheid van onze dagelijkse werking. Wij hebben ons in 2011 formeel verbonden tot deze tien principes met betrekking tot de mensenrechten, het milieu en de strijd tegen corruptie. Wij rapporteren onze vooruitgang voor deze principes op jaarbasis, zoals getoond in de tabel op pagina 67 van dit verslag. Telenet is een actief lid van de UN Global Compact Children Rights and Business Practices Commission. In 2015 hebben wij bovendien de Duurzame Ontwikkelingsdoelen van de VN onderschreven, 17 internationaal overeengekomen doelen voor de ontwikkeling van een duurzamere maatschappij en economie. Pagina 66 van dit verslag beschrijft het engagement van Telenet voor deze doelen.

Wij zijn ervan overtuigd dat wij aan de hoogste normen van goed bestuur moeten voldoen om de integriteit van onze bedrijfsvoering te garanderen. Daarom monitoren wij alle aspecten van onze werking aan de hand van verscheidene **interne gedragscodes**, die hierna worden beschreven:

Onze **Gedragscode** is ondertekend door de Raad van bestuur, het senior leadership en alle medewerkers met

vertrouwelijke rollen. De code omvat een aantal zakelijke beleidsprincipes en heeft betrekking op thema's als gelijke kansen, eerlijke mededinging en corruptiebestrijding, vertrouwelijkheid van informatie en bescherming van privacy, correcte boekhouding, belangenconflicten, handel met voorkennis en zakelijke integriteit, bescherming van veiligheid, gezondheid en milieu, en een regeling voor klokkenluiders. In 2016 werden geen inbreuken op de regels voor eerlijke mededinging en monopoliepraktijken vastgesteld.

Daarnaast moeten alle personeelsleden zich aan **bijzondere gedragscodes voor corruptiebestrijding en omkoping, mededingingskwesties en privacy** houden. Via opleidingen en informatiesessies worden de medewerkers van Telenet regelmatig op de hoogte gehouden van deze gedragscodes. Inbreuken kunnen anoniem worden gemeld. In 2016 werden voor het negende jaar op rij geen inbreuken gemeld.

Alle klachten worden behandeld door de Compliance Officer van de onderneming en de voorzitter van het Audit Committee. De naleving van de gedragscodes wordt regelmatig gecontroleerd via Entity Level Controls (ELC) en IT General Controls (ITGC). Op jaarbasis worden deze controles getest door de hoofdaandeelhouder Liberty Global en de auditeur (KPMG).

Het **Corporate Governance Charter** bevat een samenvatting van de regels en principes waarrond de corporate governance van de onderneming georganiseerd is. Het charter kan worden geraadpleegd op de [Investor Relations website van Telenet](#).

Het **anti-corruptiebeleid** van Telenet is in lijn met de internationale bepalingen, de Belgische wetgeving en het beleid van Liberty Global. Het anti-corruptiebeleid is goedgekeurd door de Raad van bestuur en het Auditcomité. Het wordt uitgebreid gecommuniceerd naar alle medewerkers en agenten, aannemers en leveranciers. Het beleid wordt verder verduidelijkt aan de hand van concrete voorbeelden en praktische richtlijnen. Het bevat een verbod op het geven en aannemen van steekpenningen, een beperking op het geven en aannemen van geschenken, een aansporing tot het in acht nemen van de geldende wet- en regelgeving, en de verplichting van transparantie over politieke donaties. Telenet besteedde geen geld aan politieke bijdragen in 2016. Het bedrijf investeerde 1,19 miljoen euro in lobby-activiteiten, inclusief salarissen, administratieve kosten en sponsoringbijdragen.

Begin 2017 raakte Telenet verwikkeld in een publiek debat over de aard en de rol van zijn Adviesraad. De in 2007 opgerichte Adviesraad was oorspronkelijk bedoeld om de betrokkenheid van de gemengde intercommunales te verzekeren nadat zij de meerderheid van hun aandelen in Telenet hadden verkocht. In 2011 werd de rol van de Adviesraad gewijzigd om het management van Telenet te adviseren over de sociaaleconomische, politieke en media-uitdagingen waarmee het bedrijf te maken krijgt. De leden van de Adviesraad – die voor het merendeel ook in de Belgische politiek actief waren – werden geacht zich te onthouden van het geven van advies over zaken waarbij zij in het kader van hun politieke mandaat actief betrokken waren. Sinds 2015 is de Adviesraad de facto geëvolueerd naar bilaterale contacten tussen zijn leden en het management van Telenet.

Wij willen in alle opzichten een verantwoordelijke onderneming zijn die rekening houdt met de ruimere impact van onze activiteiten en beslissingen op de gemeenschap waarin wij actief zijn.

Wij zullen via raadpleging en dialoog blijven samenwerken met de stakeholders van de onderneming, met inbegrip van beleidsmakers. In dit perspectief hebben wij een [charter voor ons engagement met de stakeholders](#) opgesteld met een aantal principes die ons in staat stellen om op een open en transparante manier duurzame vertrouwensrelaties met onze stakeholders te ontwikkelen.

Daarnaast hanteert Telenet **specifieke gedragscodes voor de energie-efficiëntie**. Zo onderschrijven wij de Europese Gedragscode voor Energie-efficiëntie van Datacenters.

De hoge **ethische normen** die Telenet zichzelf oplegt, zijn ook van toepassing op zijn **advertenties en reclamecampagnes**. Telenet handelt volgens de regels van de JEP – de Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame. De JEP is een zelfdisciplinair orgaan van de reclamesector in België en waakt over het correcte en eerlijke karakter van reclameboodschappen. De beslissingen van de JEP hebben de waarde van een advies. Deze adviezen worden gepubliceerd op de JEP-website. Telenet volgt deze adviezen in

de mate van het mogelijke op. In 2016 werden twee vermeende inbreuken van Telenet op de ethische praktijken inzake reclame gemeld, maar niet door de JEP bevestigd. Voor BASE werd één inbreuk op de reclamepraktijken gemeld en door de JEP bevestigd. Er werd beslist de betreffende televisiespot niet langer uit te zenden en de daarmee samenhangende advertentie op Instagram aan te passen.

Tot slot is Telenet via zijn hoofdaandeelhouder Liberty Global lid van de **AAPA – de Audiovisuele Anti-Piraterij Alliantie**. De AAPA vertegenwoordigt belangrijke Europese spelers in de digitale televisie- en telecommunicatiesector.

VRIJE MENINGSUITING: MAXIMAAL, MAAR NIET ABSOLUUT

Als vooraanstaande aanbieder van internetdiensten hebben wij een bijzondere maatschappelijke verantwoordelijkheid met betrekking tot de vrijheid van meningsuiting. Ons algemene principe: wij beperken die op geen enkele manier, tenzij een gemachtigde autoriteit ons daarom vraagt.

Samen met andere Belgische internetproviders sloten wij een protocol af met de Belgische

Kansspelcommissie, waarbij wij in samenwerking met de Federale en Regionale Computer Crime Unit maatregelen nemen tegen websites die illegale kansspelen aanbieden. Ook de rechterlijke macht kan ons vorderen om websites te blokkeren die de auteursrechten schenden of illegaal pornografisch materiaal verspreiden.

Tot slot zijn wij een vooraanstaand lid van de Belgische vereniging van aanbieders van internetdiensten (ISPA) en volgen wij hun gedragscode om – in samenwerking met Child Focus – kindermisbruik via chattoepassingen en websites te voorkomen en te bestrijden.

TELENETS ETHISCHE CODE VOOR ADVERTENTIES EN PROMOTIONELE ACTIVITEITEN

Reclames en advertenties van Telenet moeten de producten en diensten op een eerlijke en nauwkeurige wijze voorstellen, met respect voor de relevante wetten en marketingvoorschriften. Met zijn vier kernwaarden – ‘aanstekelijk, attent, aangenaam en ondernemend’ – gaat Telenet verder dan de eerlijke en nauwkeurige advertentie- en reclamepraktijken die wettelijk vereist zijn. Deze waarden zijn essentieel voor onze goede naam bij onze stakeholders. Alle beweringen in advertenties en andere verklaringen aan klanten en potentiële klanten moeten oprecht en op redelijke basis worden gedaan. Ze moeten bovendien worden gestaafd voor ze gepubliceerd of verspreid worden. Dit is van toepassing op alle reclame-uitingen in alle soorten media en op mondelinge voorstellingen en zelfs informele gesprekken waarin objectieve, feitelijke of kwantificeerbare opmerkingen over onze producten of diensten worden gemaakt.

Tot slot dragen leveranciers zoals onderzoeksbureaus of (digitale) marketingagentschappen zorg voor de bescherming van de persoonlijke levenssfeer en gegevens wanneer zij informatie over klanten verzamelen, gebruiken en bewaren.



IN EEN NOTENDOP: HOOGTEPUNTEN EN VERWEZENLIJKINGEN IN 2016

Op schema/Afgerond
Werk in uitvoering
Vraagt verdere aandacht

Focus	Hoogtepunten en realisaties in 2016	Status	Volgende stappen
Onze ecologische voetafdruk beperken	Resultaten energie- en koolstofemissie 2016 Het energieverbruik en de koolstofuitstoot van Telenet namen in 2016 toe als gevolg van een grotere vraag naar data- en digitale diensten en de overname van BASE Company. Onze geconsolideerde markt gerelateerde emissie-impact bedroeg 17.606 ton CO ₂ -equivalent, een nieuwe baseline.		Baseline voor energie- en koolstofemissie Streefdoelen voor 2020 De in juni 2017 goedgekeurde overname van SFR verruimt onze netwerkinfrastructuur en bedrijfsactiviteiten, met een potentiële vergroting van onze milieu-impact. Wij zullen in 2017 de infrastructuur en werking van SFR grondig evalueren en onze geconsolideerde baseline verfijnen. Dit moet ons in staat stellen om nieuwe milieudoelen voor 2020 te bepalen.
	Resultaten van recycling en hergebruik van (elektronisch) afval 2016 Het geconsolideerde resultaat van de recycling en het hergebruik van (elektronisch) afval was 44,6% herwerking van bij de klanten thuis verzamelde apparatuur en 100% recycling van gevaarlijk afval, een nieuwe baseline.		Baseline voor (elektronisch) afval Streefdoelen voor 2020 Wij zullen in 2017 onze geconsolideerde baseline verder verfijnen, rekening houdend met de recente overname van SFR. Dit moet ons in staat stellen om nieuwe milieudoelen voor 2020 te bepalen.
	Antwoord van Telenet op het informatie-verzoek van de CDP Climate Change Reporting 2016 Telenet behaalde een B- score 'Management', boven het Industry Activity Group Average en het CDP Program Average. Wij presteren goed voor governance en het beheer van de emissies. Belangrijke verbeteringsdomeinen zijn een meer proactieve benadering van het beheer van risico's en opportuniteiten en de verificatie van de Scope 1-2-3 emissiegegevens door een derde partij.		De CDP Climate Change Reporting voortzetten Telenet zal vanaf 2017 in een met Liberty Global geconsolideerde CDP-verklaring over zijn Klimaatactieplan rapporteren.
	Reverse Logistics IMSIR In 2016 vermeed Telenet meer dan 329 ton afval door in samenwerking met de sociale onderneming IMSIR gebruikte decoders en modems te recyclen en te herwaarderen. Deze reverse logistics -oplossing schiep 60 banen voor mensen met beperkte toegang tot de arbeidsmarkt.		De Reverse Logistics -samenwerking met IMSIR voortzetten De samenwerking zal worden uitgebreid met de installatie van bijkomende testapparatuur voor modems in het atelier van IMSIR.

Focus	Hoogtepunten en realisaties in 2016	Status	Volgende stappen	
Onze waardeketen op een verantwoordelijke manier beheren	Risicoanalyse van de leveranciers van Telenet door EcoVadis	■	De risicoanalyses van EcoVadis voortzetten	
	<p>In 2016 werd een EcoVadis-risicoanalyse uitgevoerd van 46 leveranciers van Telenet. Alle doorgelichte leveranciers van Telenet kregen een gemiddelde tot goede score voor hun MVO-engagement. Geen enkele leverancier van Telenet eindigde in de categorie met hoog risico.</p>	<p>Liberty Global wil in 2017 in totaal 100 leveranciers, onder wie ook leveranciers van Telenet, aan de hand van de dynamische scorekaart van EcoVadis evalueren.</p>	<p>In het kader van het integratieproject zal de evaluatie ook worden uitgebreid naar leveranciers van het voormalige BASE Company.</p>	
Goed bestuur en transparante bedrijfsvoering verzekeren	Evaluatie van Telenet door EcoVadis	■	De in 2016 door Telenet verkregen Gold EcoVadis CSR Rating is voor een periode van drie jaar bevestigd.	
	<p>Telenet behield zijn Gold EcoVadis CSR Rating met een score van 64 punten. Telenet scoort vrij goed in de domeinen arbeidsvoorwaarden, eerlijke bedrijfspraktijken en duurzame bevoorrading, maar minder op het vlak van het milieu.</p>	Ons engagement voor de Duurzaamheidsdoelstellingen van de VN voortzetten (u vindt een overzicht op pagina 66 van dit verslag)	<p>In februari 2017 ondertekende Telenet het charter 'Waardig werk voor iedereen' van The Shift, het Belgische duurzaamheidsplatform.</p>	
	Engagementbeleid naar de stakeholders	<p>Telenet voert een open dialoog met zijn belangrijkste stakeholders om hun standpunten en inzichten te verzamelen, rekening te houden met hun standpunten, hun steun voor onze werking te versterken en hun vertrouwen te verdienen. De belangrijkste platformen voor het engagement zijn: 'one on one' ontmoetingen met stakeholders, rondetafels met experts, netwerkevents, publicaties en voordrachten op evenementen van derde partijen. In 2016 organiseerde Telenet één rondetafel met experts (Telenet Talks) en één groot netwerkevent (Mix & Mingle).</p>	■	Charter voor het engagement naar de stakeholders

DUURZAAMHEIDS- RAPPORTAGE



ONZE MANIER VAN RAPPORTEREN: ALGEMENE PRINCIPES

Scope

Dit duurzaamheidsverslag is een toelichting bij extra-financiële parameters en indicatoren uit alle geledingen van het bedrijf Telenet over het kalenderjaar 2016 (01/01/2016 tot 31/12/2016). Dit verslag volgt op het Telenet Financieel Jaarverslag 2016, gepubliceerd in april 2016. Telenet publiceert jaarlijks een update van zijn MVO-activiteiten in een duurzaamheidsverslag. Wanneer in het verslag gesproken wordt over Telenet, we, wij, de onderneming, de vennootschap, de groep of het bedrijf wordt daarmee Telenet Group Holding NV bedoeld, inclusief zijn werkmaatschappijen en binnen de context van het engagement op de Belgische markt. Wanneer data enkel betrekking hebben op Telenet of BASE Company als aparte entiteiten, dan wordt dit expliciet vermeld. Gegevens en informatie over de extra-financiële praktijken en prestaties van de Telenet Group Holding NV van het jaar 2016 worden gemeld via twee aanvullende documenten:

- Telenet Financieel Jaarverslag 2016
- Telenet Duurzaamheidsverslag 2016

Engagement

Met dit document wil Telenet waarheidsgetrouw verslag uitbrengen over de sociale, economische en ethische activiteiten en de milieuprestaties die voor het bedrijf en zijn stakeholders het meest relevant zijn. In dit jaarlijkse verslag schetst Telenet een overzicht van de doelstellingen die werden nagestreefd, van de belangrijkste recente prestaties en de nieuwe initiatieven die ontwikkeld worden om de duurzaamheidsdoelstellingen van het bedrijf waar te maken.

Telenet streeft ernaar om zich inzake duurzaamheidsmanagement te houden aan de algemeen geldende principes van inclusiviteit, materialiteit en responsiviteit. Dit verslag benadrukt de sterktes en zwakheden voor elk van de gedefinieerde materiële aspecten en biedt ons de kans om de processen en de prestaties permanent te verbeteren.

Doordat alle betrokken departementen de resultaten van deze analyse te harte nemen, kunnen wij een belangrijke

bijdrage leveren aan verdere vooruitgang van de ratings in 2016.

Wij vinden de extra-financiële informatie even belangrijk als de financiële informatie. Telenet werkt er aan om meer milieuaspecten en sociale data extern te laten verifiëren. Dit verslag werd nagelezen en goedgekeurd door Birgit Conix, Chief Financial Officer Telenet.

Toelichting bij de kerncijfers

De gerapporteerde resultaten en sociale kerncijfers in dit rapport hebben betrekking op alle vestigingen van Telenet Group Holding NV, tenzij anders aangegeven.

GRI G4 Core

De extra-financiële parameters en indicatoren gerapporteerd in dit document worden georganiseerd volgens de Global Reporting Initiative (GRI)-richtlijnen. Dit verslag is in overeenstemming met de GRI G4-richtlijnen op core niveau wat inhoudt dat het rapport zich toespitst op enerzijds de general standard

disclosures en anderzijds de nodige informatie verschaft door de twintig materiële issues te plotten op de G4 Material Aspects en per Aspect over minstens één van de indicatoren te rapporteren.

Indien de informatie beschikbaar was, werden meerdere indicatoren in de rapportage opgenomen.

Relevant topics	Category	Aspect	G4 Indicator	Boundary within organization	Boundary outside organization
Privacy & data security	Economic	Customer privacy	PR8	Telenet Group Holding NV	customers
Fair, responsible and transparent business conduct	Economic	Society	SO8	Telenet Group Holding NV	only relevant within organization
Best-in-class quality products and services	Economic	Compliance	PR9	Telenet Group Holding NV	customers
Pricing and billing transparency	Economic	Marketing Communications	PR7	Telenet Group Holding NV	customers
Customer experience	Economic	Product and Service Labeling	PR5	Telenet Group Holding NV	customers
Being an innovative and leading company	Economic	Indirect Economic Impacts	EC7	Telenet Group Holding NV	customers, society
Offering customer-centric products	Economic	Compliance	PR9	Telenet Group Holding NV	customers, suppliers
Open internet	Social	Access to content	PA7 (Telecommunication Sector Supplement)	Telenet Group Holding NV	customers
Attracting, retaining and developing talent	Social	Labor	LA1, LA9 & LA10	Telenet Group Holding NV	employees
Responsible employer	Social	Labor	LA5	Telenet Group Holding NV	employees

Principes om de inhoud van het duurzaamheidsverslag te bepalen

Om de inhoud van dit rapport te bepalen, heeft Telenet verschillende elementen in rekenschap genomen. Telenet heeft zijn voornaamste stakeholders geïdentificeerd en voor elk van deze stakeholders de voornaamste verwachtingen in kaart gebracht en beschreven hoe Telenet hier aan tegemoetkomt. Daarnaast bekijkt het bedrijf zijn prestaties in een breder duurzaamheidskader

door onder andere de voornaamste trends waarmee telecombedrijven vandaag geconfronteerd worden, te bepalen. Telenet wil mede door dit verslag duidelijk maken hoe het bedrijf economische, sociale en milieuontwikkelingen zowel op lokaal, regionaal als globaal vlak zal stimuleren. Telenet doet dit met een focus op de materiële aspecten, aangereikt door zijn stakeholders.

Significante wijzigingen en restatements

Telenet maakt deel uit van de Liberty Global plc en met oog op verdere afstemming voor groepsrapportage is de rapportering voor Telenet vanaf 2014 volledig gealigneerd met de hoofdaandeelhouder Liberty Global. Hierdoor zijn diverse definities en meetpunten bijgesteld. De cijfers m.b.t. milieuresultaten in het verslag zijn geherformuleerd voor de afgelopen drie jaren (2013, 2014 en 2015).

CONTACT

Financiële informatie

Rob Goyens

+32 15 333 054
rob.goyens@telenetgroup.be

MVO-informatie

Ineke Rampart

+32 15 366 262
ineke.rampart@telenetgroup.be

SAMENVATTING VAN DE PRESTATIES

Note: In alignment with the Financial Reporting, we follow the US notation style in the figures

Environmental performance	Metric	2013	2014	2015	2016
Energy consumption					
Non-renewable fuel					
LPG	kWh	0	1,978	0	0
Diesel	kWh	20,156,793	19,410,317	19,780,916	27,160,148
Petrol	kWh	60,840	320,977	96,741	116,399
Natural gas	kWh	4,268,305	3,774,485	3,906,108	3,973,053
Burning oil	kWh	0	0	0	0
Gas oil	kWh	396,518	167,228	188,806	1,730,685
Fuel oil	kWh	0	0	0	22,199
Jet fuel	kWh	0	0	0	0
Total	kWh	24,882,456	23,674,986	23,972,571	33,002,485
Electricity, heating and cooling					
Electricity	kWh	90,024,444	92,677,700	100,550,691	186,227,712
Heating and cooling	kWh	0	0	0	0
Total	kWh	90,024,444	92,677,700	100,550,691	186,227,712
Electricity sold					
Total energy consumption ¹	kWh	114,906,900	116,352,686	124,523,261	219,230,197
Energy intensity					
Energy intensity	kWh of electricity per terabyte of data usage	206	136.9	96.7	137.4
Electricity generated from onsite renewables	Kwh	31,227	28,882	32,662	31,474
GHG Emissions					
Scope 1 emissions	Metric tons CO ₂ e	8,984	8,289	8,571	8,928
Scope 2 market-based emissions	Metric tons CO ₂ e	10,794	30,593	31,893	4,766
Scope 2 location-based emissions	Metric tons CO ₂ e	39,108	35,431	35,731	35,273
Scope 3 emissions	Metric tons CO ₂ e	673	3,470	3,610	3,912
Total location-based GHG emissions	Metric tons CO₂e	48,765	47,190	47,912	48,114
Total market-based GHG emissions	Metric tons CO₂e	20,451	42,352	44,074	17,606
Emissions intensity (scope 1 and 2 market-based)	metric tons CO ₂ e / terabyte of data usage	0.030	0.057	0.038	0.010
Emissions from business travel	Tons CO ₂ e	614	677	682	524
Waste by type and disposal method					
Reuse	Metric tons	127	127	190	127
Recycling	Metric tons	1,879	2,094	1,895	1,937
Incineration	Metric tons	621	626	646	640
Landfill	Metric tons	0	0	0	0
Composting	Metric tons	18	13	16	9
Total waste generated	Metric tons	2,644	2,860	2,747	2,713
Recycling rate	%	71	73	69	71
Water withdrawal by source					
Municipal water supplies	m ³	19,360	21,053	23,984	21,706
Other	m ³	929	1,045	1,076	1,453
Total	m³	20,289	22,098	25,060	23,160
Initiatives					
Emissions reductions	Metric tons CO ₂ e			105	189
Energy saved through efficiencies	kWh			555,000	1,000,000
Costs savings from environmental initiatives	€			83,238	110,000
Revenue generated from environmental initiatives	€			0	0

(1) Sum of total energy consumption from non-renewable fuel and electricity, heating and cooling, minus electricity sold

(2) Refer to page 60 for definitions of our GHG emissions

Social performance		Metric	2013	2014	2015	2016
Total community investment		€	1,740,148	2,112,129	1,351,559	1,225,618
Total workforce and breakdown by employee category						
Employees	Headcount, year end		2,189	2,247	2,415	3,290
Outsourced employees	Headcount, year end		1,815	1,766	1,938	2,444
Employees by contract type						
Permanent contracts	Headcount, year end		2,187	2,245	2,415	3,261
Temporary contracts	Headcount, year end		2	2	0	29
Employees by contract type						
Full time	Headcount, year end		1,821	1,868	2,014	2,714
Part time	Headcount, year end		368	379	401	576
Average age						
General	In years		38	38	38	38
Men	In years		39.5	39	40	39
Women	In years		35.5	35	36	36
Employees by age group						
Under 30 years old	Headcount, year end		499	483	537	619
30-50 years old	Headcount, year end		1,449	1,516	1,613	2,239
over 50 years old	Headcount, year end		241	248	265	360
Division of employees by department						
Engineering/technical profiles	% of total staff		27	26	27	27
Sales & Customer Care	% of total staff		37	36	33	31
Marketing & Product Management	% of total staff		5	5	5	4
Telenet Business	% of total staff		14	15	16	20
IT	% of total staff		8	8	9	9
Staff & administration	% of total staff		9	10	10	10
Women in management						
Women in management positions	% of total management workforce		30	25	25	29
New employee hires and employee turnover						
New employee hires by age group and gender						
Under 30 years old	Headcount		177	155	126	233
30-50 years old	Headcount		100	122	120	91
over 50 years old	Headcount		6	4	4	12
Total	Headcount		283	281	250	336
New hires – male	Headcount		162	153	141	192
New hires – female	Headcount		121	128	109	144
Rate of new hires	Rate (%)		13	13	10	10
Employee turnover by age group						
Under 30 years old	Number of leavers		94	104	93	97
30-50 years old	Number of leavers		96	89	95	131
over 50 years old	Number of leavers		11	30	27	37
Total	Headcount		201	223	215	265
Employee training						
Average training hours	Hours per FTE		39.9	31.6	35.5	24.4
Average training investment	€ per FTE		554	522	530	384
Occupational health and safety						
Work-related fatalities			0	0	0	0
Employee performance reviews						
Employees reviewed	%		93	93	95	93
Social performance						
Employee performance reviews - by gender and employee category						
Senior Management	%	NA	100	100	100	100
Managers/ Supervisors	%	NA	94	100	99	100
Non-management	%	NA	92	91	91	95

V - Key figures and percentages shown only relate to (employees of) Telenet NV

Telenet's rapporteringsmethodologie

Al de milieu- en sociale gegevens gaan over de periode van 1 januari tot 31 december – tenzij anders wordt vermeld. De milieugegevens die Telenet rapporteert, volgen de GHG Protocol Corporate Standard vanaf 31 december 2014, van het World Resources Institute en de World Business Council on Sustainable Development. Wij gebruiken hierbij de operational control approach.

Onze 'scope 1'- en 'scope 3'-emissies worden berekend met gebruik van de emissiefactoren (2014) van het UK Department for Environment, Food & Rural Affairs (DEFRA).

Onze 'scope 2'-emissies worden berekend met gebruik van de DEFRA emissiefactoren (2014).

- **Scope 1 (direct):** emissies van bronnen die bedrijven bezitten en controleren, inclusief emissies door statische verbranding (bv. brandstof in generators voor verwarming of stroomvoorziening), mobiele verbranding (bv. brandstof voor het eigen of geleasede wagenpark) en koelstoffen en drijfmiddelen (bv. in airconditioningtoestellen en brandblussystemen). Betrokken gassen: CO₂, N₂O, CH₄, hydrofluorkoolwaterstoffen (HFK's) en perfluorkoolwaterstoffen (PFK's).

- **Scope 2 (indirect):** emissies van aangekochte elektriciteit, warmte en stoom. Betrokken gassen zijn: CO₂.

- **Scope 3 (indirect):** emissies van zakelijke vlieg- en landreizen (bv. vluchten ondernomen door werknemers en autoreizen met privéwagens), water en afval (bv. de emissies door watergebruik en door afval dat een gevolg is van de activiteiten), emissies door de recyclage van toestellen van klanten, en verplaatsingen door installatie- en dienstvoertuigen van derde partijen. In 2015 voegden wij voor het eerst de emissies veroorzaakt door verplaatsingen van installatie- en dienstvoertuigen van derde partijen toe aan onze 'scope 3'-emissies. Betrokken gassen: CO₂, N₂O, CH₄ (indien van toepassing). Onze 'scope 3'-gegevens houden geen rekening met emissies die het gevolg zijn van het gebruik van settopboxen en modems bij onze klanten.

Locatie gerelateerde en Markt gerelateerde emissies

Zoals good practices dat voorschrijven, publiceren we zowel de locatie gerelateerde en markt gerelateerde emissies, die een goede illustratie zijn van de impact van onze aanschaf en productie van alternatieve energie. Locatie gerelateerde emissies worden berekend met gebruik van de gemiddelde conversiefactoren van het nationale stroomnet voor de volledige elektriciteitsconsumptie. Dit houdt geen rekening met activiteiten die de uitstoot reduceren, zoals de aankoop van CO₂-compensaties of het gebruik van elektriciteit afkomstig van hernieuwbare energiebronnen. Markt gerelateerde emissies worden berekend met een conversiefactor nul voor al de gebruikte elektriciteit die afkomstig is van ter plaatse opgewekte hernieuwbare energie en van gecertificeerde groene energiecontracten. Voor meer informatie, ga naar <http://www.libertyglobal.com/cr/cr-report-2016.html> en bekijk onze volledige criteria voor ecologische rapportering.

KPI PER MATERIALITEIT

Materialiteit	KPI	Resultaat (2016)	Toelichting	Doelstelling
Producten en diensten van 'best-in-class' kwaliteit	Net Promoter Score (NPS)	Telenet: -6,9; BASE (Mobile NPS): -12,1	NPS-scores op een schaal van -100 tot +100. DE NPS-score wordt bepaald door het percentage 'detractors' af te trekken van het percentage 'promoters'.	Telenet: -4; BASE: -7
Privacy en gegevensbeveiliging	Aantal inbreuken op gegevensbescherming		0 Meer informatie op pagina 19, 21	Maatregelen blijven nemen om inbreuken op gegevensbescherming te voorkomen.
	RepTrak-score voor 'Beveiligen van gegevens en privacy van klanten'		64,6 Deze score heeft enkel betrekking op de reputatie van het bedrijf Telenet in Vlaanderen en Brussel, zonder BASE Company.	65,5
Eerlijk, verantwoordelijk en transparant zakendoen	BrandTracker-score voor 'Considerate'		62 Dit reflecteert de klantenervaring omtrent de mate waarin Telenet zich inspant om attent en respectvol te zijn. Deze score heeft enkel betrekking op het Telenet-merk, niet op het BASE-merk.	Te bepalen
	Totaal aantal gerechtelijke stappen wegens concurrentiebeperkend gedrag, anti-trust en monopolieregels. En de gevolgen van die stappen.	In 2016 waren er geen boetes of juridische uitspraken met betrekking tot concurrentiebeperkend gedrag, anti-trust en monopolieregels		Niet van toepassing
Transparantie van prijzen en facturen	Klanteninspanningsscore (Customer Effort Score)		15,42% Meet de mate van inspanning die een klant moet tonen om een antwoord of oplossing te verkrijgen na een klacht: hoe lager, hoe beter.	Vanaf 2017 rapporteren we over de Billing NPS in plaats van de Klanteninspanningsscore.
	# Ontvangen telefonische oproepen per 1.000 facturen		28,5 Resultaat en doelstelling hebben betrekking op de diensten van Telenet en BASE.	26,5
Een innovatief en leidend bedrijf zijn	RepTrak-score voor 'Innovatie'		67,8 Deze score heeft enkel betrekking op de reputatie van het bedrijf Telenet in Vlaanderen en Brussel, zonder BASE Company.	68,8
Klantenervaring	# Opzeggingen (Customer Churn Rate)		8,10% Dit is de gemiddelde gewogen opzeggingsratio bij klanten voor video, internet en vaste telefonie.	Te bepalen
	# Telenet Helemaal Mee Tournee -bezoeken	150.258 klantenbezoeken in 2016		120.000 extra klantenbezoeken in 2017
Klantgerichte producten aanbieden	BrandTracker-score voor 'Producten zijn eenvoudig en makkelijk te gebruiken' (klantenervaring)		64 Deze score heeft enkel betrekking op het Telenet-merk, niet op het BASE-merk.	Te bepalen

Materialiteit	KPI	Resultaat (2016)	Toelichting	Doelstelling
Talent aantrekken, behouden en ontwikkelen	Personeelsverloop	5%	"Het vrijwillig personeelsverloop was 5% in 2016.	Te bepalen
	Opleidingsuren per FTE	24,4		Te bepalen
Employee engagement	Employee engagement score (Zoom)	60%	De medewerkers van BASE Company werden nog niet bevraagd in de Zoom-enquête van januari 2016. Meer informatie over de Zoom 'employee engagement' -metingen op pagina 25.	Te bepalen
Open internet	Beleid inzake netneutraliteit en nakoming van de regels daarrond.	Zie pagina 47		Niet van toepassing
Verantwoordelijke werkgever	% vrouwen in managementposities (Raad van Bestuur & SLT)	3 vrouwelijke bestuurders sinds begin 2016, 50% van het Senior Leadership Team (SLT) is een vrouw		Te bepalen
	Aantal verloren dagen (dagen waarop niet gewerkt kon worden wegens werkgerelateerde ziektes of ongevallen)	26,81 verloren dagen per 200.000 gepresteerde uren		Te bepalen
	% van de werknemers dat onder een cao valt	100%		100% behouden in 2017 en daarna.
Supply chain management	# leveranciers gemonitord met EcoVadis	In 2016 werden 94 leveranciers doorgelicht door Liberty Global, waarvan 46 leveranciers van Telenet		In 2017 zal Liberty Global 100 leveranciers doorlichten, waaronder leveranciers van Telenet en BASE Company.
Veilig internetgebruik door kinderen	Investerings in de lokale gemeenschap: in de categorie 'digitale kloof'.	€ 1.080		Te bepalen
Rol in de samenleving	Aantal start-ups die begeleid werden in het Telenet Kickstart-programma	88	In 2016 beëindigden 8 start-up teams het 'Telenet Kickstart powered by Idealabs' programma. Sinds juni 2016 steunen wij Start it@kbc dat in het tweede semester 80 nieuwe start-up teams opnam in zijn programma.	In 2017, blijven wij start-ups begeleiden, in samenwerking met IMEC Istart en Start it@kbc. Verder zullen wij blijven investeren in individuele start-ups die een commerciële meerwaarde kunnen bieden voor Telenet.
	Totaal aantal investeringen in de lokale gemeenschap (€)	€ 1.225.618		Te bepalen
	RepTrak-score voor 'Burgerschap' (Citizenship)	60,8	Deze score heeft enkel betrekking op de reputatie van het bedrijf Telenet in Vlaanderen en Brussel, zonder BASE Company.	61,6

Materialiteit	KPI	Resultaat (2016)	Toelichting	Doelstelling
Promoten van vaardigheden voor de 21ste eeuwse maatschappij	# kinderen en tieners opgeleid in de CoderDojo-workshops	20.700, voornamelijk in Vlaanderen en Brussel		23.000 kinderen en tieners in Vlaanderen, Brussel en Wallonië.
Milieu-impact verminderen	CO ₂ -uitstoot (in ton), inclusief compensatie	In 2016 bedroeg de totale marktgerelateerde uitstoot van de Telenet groep 17.606 ton. Telenets uitstoot werd gecompenseerd door 8.627 ton.	Zie pagina 41 voor meer informatie over onze koolstofcompensatie.	Te bepalen
	Energie efficiëntie (KWh/€ inkomsten - intensiteit)	0,09 kWh per € inkomsten		Te bepalen
Energieverbruik door klanten	Totaal 'Customer Premise Equipment' (CPE) energieverbruik (MWh)	271.991	Dit cijfer heeft betrekking op het jaarlijks energieverbruik van settopboxen en modems bij onze klanten thuis. Mobiele handsets zijn niet inbegrepen.	Te bepalen
Electronisch afval en recyclage van elektronische toestellen	Recyclagegraad van gevaarlijk afval (%)	In 2016 werd 100% van het gevaarlijk afval gerecycleerd.		100% recyclagegraad behouden in 2017.
	CPE - herwerking & hergebruik (%)	26% van pas verspreide settopboxen en modems kwamen uit de recyclagestock.		Te bepalen
	CAPEX bespaard (€) & afval (kg) vermeden door reverse logistics	In 2016 werd €17,3 miljoen CAPEX bespaard door de herwerking en het hergebruik van settopboxen en modems. Er werd 329 ton afval vermeden.		Te bepalen
Gezondheid en veiligheid van klanten	Richtlijnen en gebruiksprincipes met betrekking tot Specific Absorption Rate (SAR) van mobiele toestellen	Zie pagina 22		Niet van toepassing
Medialandschap	Investerings in het STAP-fonds en lokale media-producties (€)	€ 8,1 miljoen		Te bepalen

GRI G4

GENERAL STANDARD DISCLOSURES

Indicator	General Standard Disclosure	Telenet Sustainability Report 2016	Telenet Financial Report 2016	External Assurance
G4-1	CEO statement.	Foreword by the chairman and CEO, page 4-5		-
G4-3	Name of the organization.	Company profile, page 6		-
G4-4	Primary brands, products, and services.	Company profile, page 6		-
G4-5	Location of the organization's headquarters.	Company profile, page 6		-
G4-6	Number of countries where the organization operates.	Company profile, page 6		-
G4-7	Nature of ownership and legal form.	Company profile, page 6	Shareholder structure, page 28	-
G4-8	Markets served.	Company profile, page 6		-
G4-9	Scale of the organization, including employees, operations, revenues and quantity of products and services.	Company profile, page 6	Information on the Company, pages 8-12	-
G4-10	Total number of employees broken down by contract and gender and employment type, and supervised workers.	Social performance, page 56		-
G4-11	Percentage of total employees covered by collective bargaining agreements.	KPI per Materiality, page 59		-
G4-12	Description of the supply chain.	Managing our supply chain in a responsible way, page 45-46		-
G4-13	Significant changes during the reporting period regarding the organization's size, structure, ownership, or its supply chain.	Our approach to reporting: general principles, page 54		-
G4-14	How the precautionary approach or principle is addressed by the organization.	Demonstrating good governance & transparency in our business practices, page 47-48		-
G4-15	External economic, environmental and social charters, principles, or other initiatives to which the organization subscribes.	Demonstrating good governance & transparency in our business practices, page 47-48		-
G4-16	Memberships of associations maintained at the organizational level.	Important memberships, page 15 + Demonstrating good governance & transparency in our business practices, page 47-48		-
G4-17	Entities included the report.	Our approach to reporting: general principles, page 52-54		-
G4-18	Process for defining the report content and the Aspect Boundaries.	Our approach to reporting: general principles, page 52-54		-

Indicator	General Standard Disclosure	Telenet Sustainability Report 2016	Telenet Financial Report 2016	External Assurance
G4-19	Material Aspects identified in the process for defining report content.	Our sustainability policy: the materiality matrix, page 10-11 + Our approach to reporting: general principles, page 52-54		
G4-21	Aspect Boundary outside the organization.	GRI G4 Core, page 53		-
G4-22	Effect of any restatements of information provided in previous reports.	Significant changes and restatements, page 54		-
G4-23	Significant changes from previous reporting periods.	Our approach to reporting: general principles, page 52-54		
G4-24	List of stakeholder groups engaged by the organization.	Our commitment towards our stakeholders, page 14-15		-
G4-25	Basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage.	Our commitment towards our stakeholders, page 14-15		-
G4-26	Approach to stakeholder engagement.	Our commitment towards our stakeholders, page 14-15		-
G4-27	Key topics and concerns that have been raised through stakeholder engagement.	Our sustainability policy: the materiality matrix, page 10-11 + Our approach to reporting: general principles, page 52-54		-
G4-28	Reporting period.	Our approach to reporting: general principles, page 52		-
G4-29	Date of most recent previous report.	Our approach to reporting: general principles, page 52		-
G4-30	Reporting cycle.	Our approach to reporting: general principles, page 52		-
G4-31	Contact point for questions.	Contact, page 54		-
G4-32	The 'in accordance' option the organization has chosen.	GRI G4 Core, page 53		-
G4-33	Policy and current practice with regard to seeking external assurance for the report.	Our approach to reporting: general principles, page 52-54		-
G4-34	Governance structure of the organization.	Decision-making process, page 11	Corporate governance statement, page 25-50	-
G4-56	The organization's values, principles, standards and norms of behavior.	Our values, page 7 + Demonstrating good governance & transparency in our business practices, page 47-48		-
G4-56	The organization's values, principles, standards and norms of behavior.	Our values, page 7 + Demonstrating good governance & transparency in our business practices, page 47-48		-

*GRI Sector Guidance Telecommunication Services – Pilot Version, May 2013.

GRI G4

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES

Material Aspects (G4-19)	Disclosure on Management Approach (DMA) and Performance Indicators	Telenet Sustainability Report 2016	Omissions	External Assurance
Privacy & data security	G4-DMA	Ensuring privacy and data security, page 19		-
	G4-PR8 Total number of substantiated complaints regarding breaches of customer privacy and losses of customer data.	Privacy complaints and breaches, page 21		-
	PR3 (Telecommunication Sector Supplement) - Description of reporting organization's policy, procedures/management systems, and compliance mechanisms for consumer privacy. Identify geographic areas covered by policy.	Ensuring privacy and data security, page 19. Geographic scope of our policy is Belgium.		-
Fair, responsible and transparent business conduct	G4-DMA	Demonstrating good governance & transparency in our business practices, page 47-48		-
	G4-S07 Total number of legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices and their outcomes.	Telenet did not incur any fines or settlements related to anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices in 2016.		-
	G4-S08 Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with laws and regulations.	Demonstrating good governance & transparency in our business practices, page 47-48		-
Best-in-class quality products and services	G4-DMA	Delivering top quality products and services that are easy to use, page 22		-
	G4-PR9 Monetary value of significant fines for non-compliance with laws and regulations concerning the provision and use of products and services.	Demonstrating good governance & transparency in our business practices, page 47-48		-
Pricing and billing transparency	G4-DMA	Driving transparent pricing and billing, page 22		-
	G4-PR7 Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship, by type of outcomes.	Demonstrating good governance & transparency in our business practices, page 48		-
Customer experience	G4-DMA	The best experience in a digital world, page 18-19		-
	G4-PR5 - Results of surveys measuring customer satisfaction.	Net Promoter Score (NPS) for Telenet and BASE 2016, page 20		-

Material Aspects (G4-19)	Disclosure on Management Approach (DMA) and Performance Indicators	Telenet Sustainability Report 2016	Omissions	External Assurance
Being an innovative and leading company	G4-DMA	Commitment to society and local communities, page 31-35		-
	G4-EC7 - Development and impact of infrastructure investments and services supported.	Investing in digital innovation and high performing network infrastructures, page 32 + Investing in the local media sector to boost creative entrepreneurship, page 33		
Offering customer-centric products	G4-DMA	Delivering top quality products and services that are easy to use, page 22		-
	G4-PR9 Monetary value of significant fines for non-compliance with laws and regulations concerning the provision and use of products and services.	Demonstrating good governance & transparency in our business practices, page 47-48		-
Open internet	G4-DMA	Freedom of expression: maximum but not absolute, page 48		-
	PA7 (Telecommunication Sector Supplement*) - Policies and practices to manage human rights issues relating to access and use of telecommunications products and services.	Freedom of expression: maximum but not absolute, page 48		-
Attracting, retaining and developing talent	G4-DMA	Attracting & retaining the best talent, page 26		-
	G4-LA1 Total number and rates of new employee hires and employee turnover by age group, gender and region.	Social performance, page 56	Due to our limited geographic scope, Telenet does not differentiate between regions, therefore employee data is not reported per region, but at company level.	
	G4-LA9 - Average hours of training per year per employee by gender, and by employee category.	Social performance, page 56		-
	G4-LA10 - Programs for skills management and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings.	Employment plan for older employees, page 28		-
	G4-LA11 - Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews, by gender and by employee category.	Social performance, page 56		-
Responsible employer	G4-DMA	A sustainable employment policy, page 28-29		
	G4-LA5 - Percentage of total workforce represented in formal joint management-worker health and safety committees that help monitor and advise on occupational health and safety programs.	The Committees for Prevention and Protection at Work, page 28. Coverage is Telenet BVBA, Telenet BVBA ICS, Telenet Group BVBA and Telenet Retail BVBA - covering 99.9% of all employees.		

*GRI Sector Guidance Telecommunication Services – Pilot Version, May 2013.

GRI G4

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES

Additional performance indicators*	Disclosure on management approach (dma) and performance indicators	Telenet Sustainability Report 2016	Omissions	External assurance
G4-EN3	Energy consumption within the organization.	Environmental performance, page 55		-
G4-EN4	Energy consumption outside the organization.	Environmental performance, page 55		-
G4-EN5	Energy intensity ratio.	Environmental performance, page 55		-
G4-EN6	Reduction of energy consumption.	Environmental performance, page 55		-
G4-EN7	Reductions in energy requirements of products and services.	KPI per Materiality, page 60. The average energy use per set-top box used by our customers decreased by 9.1% in 2016 compared to 2015.	Resulting emissions of products is not reported. To be reported as soon as possible.	-
G4-EN15	Direct Greenhouse Gas Emissions Scope 1.	Environmental performance, page 55		-
G4-EN16	Energy Indirect Greenhouse Gas Emissions Scope 2.	Environmental performance, page 55		-
G4-EN17	Other Indirect Greenhouse Gas Emissions Scope 3.	Environmental performance, page 55		-
G4-EN18	Greenhouse Gas Emissions Intensity.	Environmental performance, page 55		-
G4-EN19	Reduction of Greenhouse Gas Emissions.	Environmental performance, page 55		-
G4-EN23	Total weight of waste by type and disposal method.	Environmental performance, page 55		-
G4-EN24	Total number and volume of significant spills.	Correct disposal of waste, page 43		-
G4-EN32	Percentage of new suppliers that were screened using environmental criteria.	Managing our supply chain in a responsible way, page 45-46		-
G4-EN33	Significant actual and potential negative environmental impacts in the supply chain.	Managing our supply chain in a responsible way, page 45-46		-
G4-HR10	Percentage of new suppliers that were screened using human rights criteria.	Managing our supply chain in a responsible way, page 45-46		-
G4-HR11	Significant actual and potential negative human rights impacts in the supply chain and actions taken.	Managing our supply chain in a responsible way, page 45-46		-

* These additional performance indicators are not considered the most important materialities for the purpose of this report: which is to comply with the GRI G4 standard 'in accordance' at 'core' level. We nevertheless add them for stakeholders that are looking for additional information.

VN DUURZAME

ONTWIKKELINGSDOELSTELLINGEN



THE GLOBAL GOALS
For Sustainable Development



Hoe Telenet hieraan beantwoordt:

- | | | | |
|--|--|---|--|
| <p>4 Telenet helpt kinderen en jongeren bij het ontwikkelen van digitale vaardigheden die hen voorbereiden op het ondernemerschap of het vinden van een job.</p> <p>5 Telenet promoot een cultuur van inclusie en diversiteit.</p> <p>10 Iedereen moet gelijke kansen krijgen ongeacht zijn of haar afkomst, geslacht, religie, geaardheid, handicap of leeftijd.</p> | <p>8 Telenet is een belangrijke speler in de Belgische economie. Wij stimuleren groei door onze klanten innovatieve en competitieve producten en diensten aan te bieden en door continue te investeren in ons toonaangevend geïntegreerd netwerk. Wij creëren jobs in ons eigen bedrijf en wij stimuleren ondernemers. Uiteraard hechten wij ook veel belang aan goede arbeidsomstandigheden doorheen onze waardeketen.</p> <p>9</p> | <p>11 Telenet en zijn partners werken mee aan het bouwen van duurzame steden en gemeenten via 'slimme' en innovatieve IT-oplossingen.</p> <p>12 Telenet bevordert duurzaamheid bij het gebruik van natuurlijke bronnen. Wij verminderen de hoeveelheid afval in onze bedrijfsprocessen door afvalpreventie, afvalvermindering, recycling en het hergebruik van producten.</p> | <p>13 Telenet beperkt zijn ecologische voetafdruk en focust daarbij sterk op de verbetering van de koolstofefficiëntie. Onze diensten helpen anderen ook om hun koolstofuitstoot terug te dringen.</p> <p>17 Wij kunnen dit niet allemaal alleen doen. Daarom werkt Telenet doorheen de waardeketen samen met verschillende partners om zo een positieve verandering teweeg te kunnen brengen.</p> |
|--|--|---|--|

UN GLOBAL COMPACT COP

Area	Indicator	Description	Page
Human rights	G4 - HR10	Percentage of new suppliers that were screened using human rights criteria	46
	G4 - HR11	Significant actual and potential negative human rights impacts in the supply chain and actions taken	45
Labour	G4 - 10	Total number of employees etc.	56
	G4 - 11	Report the percentage of total employees covered by collective bargaining agreements	59
	G4 - LA9	Average hours of training per year per employee by gender, and by employee category	56
	G4 - LA11	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews, by gender and by employee category	56
Environment	G4 - EN3	Energy consumption within the organization	55
	G4 - EN4	Energy consumption outside the organization	55
	G4 - EN5	Energy intensity ratio	55
	G4 - EN6	Reduction of energy consumption	55
	G4 - EN7	Reductions in energy requirements of products and services	55 + 60
	G4 - EN15	Direct Greenhouse Gas Emissions Scope 1	55
	G4 - EN16	Energy Indirect Greenhouse Gas Emissions Scope 2	55
	G4 - EN17	Other Indirect Greenhouse Gas Emissions Scope 3	55
	G4 - EN18	Greenhouse Gas Emissions Intensity	55
	G4 - EN19	Reduction of Greenhouse Gas Emissions	55
	G4 - EN23	Total weight of waste by type and disposal method	55
	G4 - EN24	Total number and volume of significant spills	43
	G4 - EN32	Percentage of new suppliers that were screened using environmental criteria	46
	G4 - EN33	Significant actual and potential negative environmental impacts in the supply chain	45
Anti corruption	G4 - 56	Describe the organization's values, principles, standards and norms of behavior	7 + 47-48

Corporate Communications
T. 015 33 30 00 - www.telenet.be

Verantwoordelijke uitgever
Telenet, Rob Goyens
Neerveldstraat 105, 1200 Brussel

