

A close-up photograph of a woman with red hair kissing a young girl with freckles on the cheek. The woman is holding a smartphone up, and the girl is smiling. The background is bright and out of focus.

AVEC PLAISIR

**RAPPORT DE
DÉVELOPPEMENT
DURABLE 2016**



SOMMAIRE

4

**Avant-propos
du président et du CEO**

6

Profil de l'entreprise

8

**Une société en pleine
mutation**

10

**Notre politique de
durabilité**

16

**Nos principaux
programmes de
durabilité**

- 17 Engagement en faveur de **nos clients**
- 24 Engagement en faveur de **nos collaborateurs**
- 31 Engagement en faveur de **la société et des communautés locales**
- 39 Engagement en faveur de **pratiques d'entreprise ouvertes, honnêtes et transparentes**

51

**Reporting en matière
de développement durable**

- 52 Méthodologie
- 53 GRI G4 Core
- 55 Résumé des performances
- 58 KPI par materialité
- 61 GRI G4 – General Standard Disclosures
- 63 GRI G4 – Specific Standard Disclosures
- 66 Objectifs de Développement Durable des Nations Unies
- 67 Pacte Mondial des Nations Unies

FOCUS

Résultats marquants en matière de durabilité en 2016

Engagement en faveur de nos collaborateurs

50 % de femmes au sein du Senior Leadership Team et **3 femmes** au sein du Conseil d'administration

74 139 heures de formation suivies par **2 400 employés**

Engagement en faveur de nos clients

Le **Tip Top Tour** a déjà atteint **286 050 clients résidentiels** depuis son lancement en 2015

WIGO, premier forfait tout-en-un : déjà **150 000** clients en 6 mois

Engagement en faveur de la société et des communautés locales

€ 1,5 million d'investissements par jour dans nos réseaux fixe et mobile

€ 1,2 million d'investissements dans des initiatives qui soutiennent la communauté locale et **2 145 heures** de bénévolat par les collaborateurs Telenet

Engagement en faveur de pratiques d'entreprise ouvertes, honnêtes et transparentes

329 tonnes de déchets évitées grâce au recyclage et à la revalorisation des décodeurs et modems utilisés

Telenet conserve son rating **Gold EcoVadis CSR** pour ses efforts en matière de durabilité sur le plan environnemental, social et éthique



AVANT-PROPOS DU PRÉSIDENT ET DU CEO

Cher client,
Cher partenaire,
Cher actionnaire,

Aucune entreprise n'est une île. Nous nous développons et vivons pour et à travers nos clients, nos collaborateurs et la communauté dans laquelle nous opérons. Garder un œil sur ce qui se passe au sein de la société est fondamental car elle touche tous nos acteurs internes et externes. **La numérisation** est l'une des forces sociétales clés qui entraîne des changements rapides dans notre entreprise et dans la société en général.

Les technologies numériques changeront nos vies, pour le meilleur

Nous percevons l'énorme potentiel de la numérisation, aussi bien dans nos vies privées que professionnelles. Imaginez un futur de villes plus intelligentes, de solutions plus durables et de services de soins de santé plus abordables. Pensez aux environnements de travail plus flexibles et aux expériences de divertissement inoubliables à la maison. La numérisation **renforcera le moteur de l'innovation et boostera l'évolution économique** dans les années à venir.

C'est notre ambition de créer des produits et services performants pour nos clients tout en leur apportant une expérience client remarquable dans l'ère numérique.

La numérisation s'accompagne de défis uniques

Créer et utiliser des technologies numériques est essentiel dans la société actuelle et future.

En tant qu'entreprise de référence belge de télécommunications et de divertissement, nous nous engageons à construire une société où tout un chacun peut embrasser les possibilités du numérique, et ce, avec plaisir.

Cependant, nous sommes totalement conscients des défis potentiels de la numérisation.

Nous souhaitons que chacun trouve le **bon équilibre numérique** qui consiste à adopter les technologies sans détériorer ses relations sociales et sa santé.

Nous aimerions que les technologies numériques soient **accessibles** : tout le monde devrait avoir accès à la connectivité et avoir l'opportunité de renforcer ses compétences numériques et son éducation aux médias.

Nous avons l'ambition de construire des solutions technologiques innovatrices pour nos clients, **sans compromettre la confiance de nos parties prenantes**. Les nouvelles technologies et nouveaux modèles business alimentent le débat public sur la nécessité de politiques de vie privée et de mesures de sécurité des données transparentes. Nous travaillons avec nos parties prenantes sur des directives orientées clients et des pratiques commerciales équilibrées. Le plus important est de trouver le juste équilibre entre innovation, croissance commerciale et confiance.

L'impact de Telenet sur la société

Nous sommes conscients du rôle sociétal important endossé par Telenet au sein des communautés locales. Nous restons pleinement engagés à être une entreprise responsable et durable dans l'ère numérique et nous renforçons davantage nos relations avec nos parties prenantes par le biais de consultation et de dialogue.

Notre contribution sociétale actuelle est démontrée par notre classement dans le **Dow Jones Sustainability Index** annuel. Ce dernier récompense les principales entreprises dans chaque secteur pour leurs performances économique,

Telenet est synonyme de plaisir. Nous voulons adopter une approche positive de la vie.

Nous voulons rendre la vie et le travail de nos clients plus faciles et plus agréables, grâce à nos solutions de réseau fixe et mobile, et à travers nos offres commerciales.

Nous voulons créer une société où les gens apprécient vivre et travailler ensemble, en embrassant les possibilités du numérique au maximum.

Le plaisir connecte les gens.

Le plaisir est contagieux.

Tout simplement.

sociale et environnementale responsables. En 2016, Telenet a réaffirmé sa position de **leader mondial du groupe industriel** (**'Worldwide Industry Group Leader'**). Pour la cinquième année consécutive, nous avons été nommés 'best in class' dans l'industrie mondiale des médias. Depuis 2011, nous soutenons également les dix principes du Pacte Mondial des Nations Unies (UN Global Compact) et nous adoptons activement les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies (UN Sustainability Goals).

Vers un avenir prometteur

2016 était une étape importante dans l'histoire de notre entreprise avec l'acquisition de BASE Company.

Nous avons entrepris conjointement un processus d'intégration et de transformation. Notre ambition 2020 est claire : être l'opérateur convergent de référence de divertissement connecté et de solutions pour entreprises en Belgique.

Notre priorité en 2016 était de construire une organisation totalement intégrée, assurant une position avec des rôles et des responsabilités définis pour chacun de nos employés.

Ensemble, nous travaillons à présent sur un projet de transformation ambitieux qui jette **les bases d'un développement durable à long terme** et confirme notre engagement à offrir les meilleurs produits et services innovants et une expérience client d'exception à nos clients dans toutes les régions du pays.

Fin 2016, nous avons également annoncé notre intention de racheter SFR, un important opérateur de câble actif dans certaines parties de Bruxelles, de Wallonie et du Grand-Duché de Luxembourg. Cette acquisition s'inscrit dans notre ambition

de devenir un important fournisseur national de divertissement et de solutions pour entreprises.

Agir de manière responsable sur le plan social

Chez Telenet, nous visons un développement durable, avec un bon équilibre entre l'excellence opérationnelle et la responsabilité sociétale, en tenant compte des aspects sociaux, économiques et environnementaux de nos activités et de la gestion d'entreprise.

Dans le cadre de notre programme de transformation, nous avons saisi l'occasion pour repenser en profondeur notre stratégie de développement durable. Sans modifier radicalement de cap, mais pour assurer que, en termes de durabilité, nous maintenions notre position de leader parmi les entreprises belges.

Avec l'aide de nos employés et de nos parties prenantes, nous voulons apporter une contribution positive à l'économie numérique belge et créer une société numérique accessible à tous.

Bert De Graeve

Président

John Porter

Administrateur délégué

PROFIL DE L'ENTREPRISE

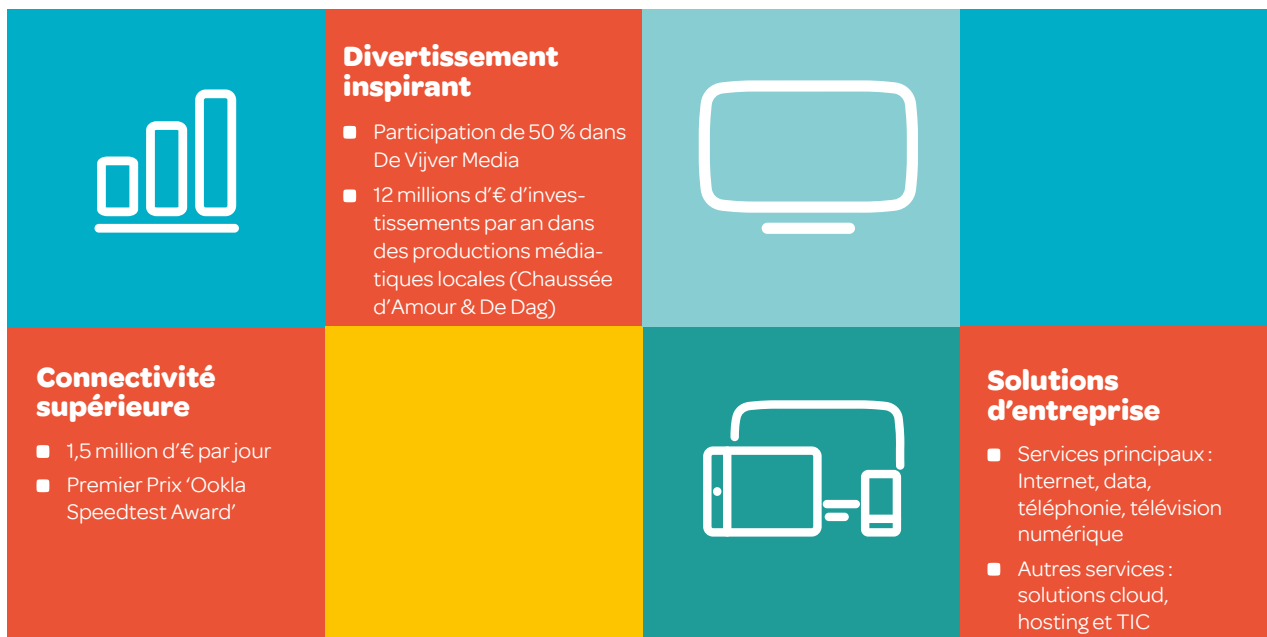
Étayé par des réseaux fixe et mobile de grande qualité, Telenet est l'opérateur convergent de référence de divertissement et de solutions pour entreprises en Belgique. Sous le nom de marque Telenet, nous nous concentrons sur l'offre de télévision numérique, d'internet haut débit et de services de téléphonie fixe et mobile pour des clients résidentiels en Flandre et à Bruxelles. Sous le nom de marque

BASE, nous fournissons des solutions de téléphonie mobile dans toute la Belgique. Le département Telenet Business fournit le marché d'affaires en Belgique et au Luxembourg en connectivité, solutions de hosting et de sécurité.

Afin de répondre aux attentes de tous les segments de la clientèle, Telenet ouvre son réseau aux marques

partenariats : Branded Resellers et Mobile Virtual Network Operators (MVNO). Un aperçu de ces partenariats stratégiques est disponible sur le [site corporatif de Telenet](#).

Telenet s'est engagé à devenir l'opérateur convergent de référence de divertissement et de solutions pour entreprises en Belgique pour 2020.



Statut : 31 décembre 2016

En tant qu'entreprise en pleine croissance, Telenet est conscient de sa responsabilité sociétale croissante. Pour cela, l'entreprise pratique une politique de durabilité avec un intérêt particulier pour les aspects écologiques, sociaux et économiques de ses activités opérationnelles.

À la fin du mois de décembre 2016, Telenet - dont les quartiers généraux

se trouvent à Woluwe, Bruxelles, comptait 3 300 collaborateurs et un chiffre d'affaires annuel de 2,4 milliards, une augmentation de 33 pour cent comparée à l'année fiscale précédente. Telenet a atteint 2 149 200 clients uniques.

Telenet appartient à 57,4 pour cent à Liberty Global, la plus grande entreprise internationale TV et à large bande, qui

investit, innove et responsabilise des collaborateurs dans plus de 30 pays à travers l'Europe, l'Amérique latine et les Caraïbes afin de tirer le meilleur parti de la révolution numérique.

Pour de plus amples informations sur Telenet et ses résultats financiers, veuillez consulter le [Rapport Financier de 2016](#).

NOS VALEURS



Coopération



Passion



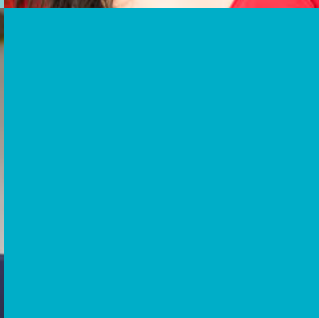
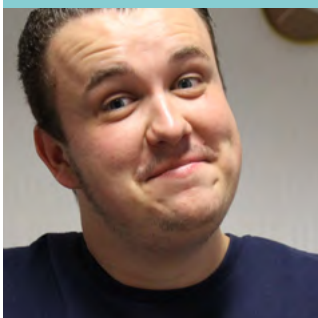
Responsabilité



Orientation client



Leadership



UNE SOCIÉTÉ EN PLEINE MUTATION : COMMENT 'AUJOURD'HUI' A UN IMPACT SUR 'DEMAIN'

En tant qu'entreprise responsable, nous nous focalisons sur les tendances sociétales clés qui influencent notre façon de vivre et de travailler, aujourd'hui et demain.

Changement climatique

Le **réchauffement climatique** a un effet lourd de conséquences pour l'homme et l'environnement. L'accord de Paris sur le Climat (2015) **reconnait le rôle crucial des entreprises sur le bien-être de la planète**. Il est urgent d'appeler à limiter progressivement les émissions de combustibles fossiles, à réduire notre empreinte écologique et à prendre des mesures audacieuses dans le développement de technologies respectueuses de l'environnement d'ici 2030 afin de maintenir le réchauffement sous la barre des 2 °C par rapport au niveau préindustriel, et ainsi atteindre l'objectif de la COP 21.

Changements démographiques : le monde vs. les communautés locales

Les progrès constants réalisés dans le domaine des transports, des télécommunications et du commerce international entraînent une forte **mondialisation**. La nouveauté vient du déplacement de l'équilibre des pouvoirs à l'échelle mondiale : la supériorité économique de l'Occident est remise en cause par l'Orient et le Sud, avec des conséquences majeures pour la position de l'Europe, où la croissance

économique et la création d'emplois sont mises à rude épreuve. L'Europe continue néanmoins d'attirer des migrants qui viennent chercher refuge sur le 'Vieux Continent' pour des motifs humanitaires, économiques et géopolitiques. Le **flux migratoire**, qui s'est accéléré en 2015, a révélé une tendance notable dans de nombreux pays de l'Europe : des tensions politiques et des débats publics sur l'intégration culturelle et économique de la population migrante au sein des communautés locales.

Malgré la mondialisation, de plus en plus de gens se **remettent à apprécier leur environnement direct et estiment le fait d'être 'local'**. Les services et les produits locaux ont la cote, des communautés locales voient le jour et les habitants se réunissent pour des causes communes. Ces réseaux se transforment parfois en voix puissantes au sein du débat public grâce aux médias sociaux, en ayant la capacité d'influencer les pouvoirs publics et les sociétés de bas en haut. Dans ce monde, il est capital d'établir des relations durables avec les parties prenantes. La localisation mène aussi à de nouveaux modèles d'entreprise comme **l'économie du partage**, facilitée par des plateformes technologiques et des applications numériques.

Autre tendance démographique remarquable : **l'urbanisation** croissante. Plus de la moitié de la population mondiale habite déjà en ville. On s'attend même à une croissance jusqu'à 80 pour cent au cours des prochaines décennies. Cette urbanisation pose de nouveaux défis en matière de qualité de vie, d'approvisionnement énergétique et de mobilité. Les innovations numériques ont un rôle crucial à jouer

à cet égard. Elles peuvent donner naissance à des **villes intelligentes** qui offrent une meilleure qualité de vie. En Belgique aussi, les pouvoirs publics, les entreprises et les instituts de recherche unissent leurs forces pour façonner les 'smart cities' de demain. Ce genre de ville intelligente repose sur une connexion constante entre les individus, les appareils et les objets. D'où la nécessité de réseaux mobile et fixe denses, accessibles et performants et avancés en termes de technologies de données volumineuses.

Enfin, le **vieillessement de la population** constitue également un changement démographique majeur. Notre société vieillit : notre espérance de vie augmente, de même que la proportion de personnes âgées au sein de la population. Nos systèmes de santé sont dès lors mis sous pression. Ils requièrent une approche plus innovante et plus proactive. Les applications numériques peuvent, là aussi, apporter une solution durable, à titre tant préventif que curatif.

Croissance économique et emploi

La numérisation alimente **la création d'emplois et le développement économique durable**. Le Digital Economy and Society Index (DESI) de la Commission européenne suit annuellement la performance numérique et la compétitivité de ses états membres. En 2017, la Belgique est placée au 6ème rang de cet index, avec des performances importantes en termes de connectivité à large bande (3^e) et l'intégration de technologies numériques par les entreprises (5^e). La performance du pays en termes de compétences numériques (11^e) et l'adoption de services publics

numériques (13^e) pourraient être considérablement améliorées.

Afin d'exploiter totalement les opportunités numériques, **les compétences STEM** (Science, Technology, Engineering & Mathematics), **la créativité et l'entrepreneuriat** sont d'une importance capitale. Il incombe aux pouvoirs publics et au monde des entreprises de renforcer ces compétences via l'enseignement et l'apprentissage tout au long de la vie. Selon le rapport de DESI 2016, le manque de diplômés STEM et la pénurie de travailleurs TIC devraient conduire à **30 000 places vacantes** pour 2020 en Belgique.

Le chômage des jeunes est un problème clé au sein de l'économie numérique qui reste difficile à aborder. Les faibles niveaux d'éducation augmentent le risque de chômage à long terme. Le potentiel de former et d'activer les jeunes NEET (Not in Education, Employment or Training) et de les guider vers l'emploi, en particulier dans l'espace numérique, est énorme.

La vision du travail doit elle aussi évoluer. Dans la mesure où la numérisation nous permet de choisir nous-mêmes où et quand travailler, la relation entre l'employeur et le travailleur se voit transformée. Pour attirer des collaborateurs de talent, les entreprises doivent offrir des emplois intéressants à leurs travailleurs ainsi qu'un bon équilibre entre travail et vie privée.

La numérisation est la nouvelle norme

La numérisation offre une multitude de possibilités aux consommateurs et aux entreprises. Cela est particulièrement évident pour le domaine du divertissement : regarder la télévision linéaire est une tendance qui se perd



d'année en année. Des plateformes plus personnalisées offrant le maximum de liberté aux consommateurs tels que Netflix, Yelo TV et YouTube remportent un franc succès. Sur le marché, eCommerce n'est plus un gadget mais un concurrent féroce, faisant pression sur le secteur de vente au détail traditionnel. À l'ère du numérique, l'utilisateur en demande beaucoup plus en termes de vitesse et de données. Pour satisfaire cette demande, des **investissements continus dans des réseaux fixes et mobiles** par les opérateurs sont l'élément vital de l'économie. À plus long terme, nous devons nous préparer à une transition vers les réseaux 4,5G et 5G. Aujourd'hui, beaucoup **d'applications technologiques quittent le domaine de la science-fiction** et deviennent réalité dans notre vie quotidienne. Pensez à la réalité augmentée et virtuelle, et aux véhicules autonomes.

Dans le même temps, le consommateur a de plus en plus conscience des risques inhérents à l'utilisation des TIC, en particulier en ce qui concerne la

vie privée, la protection des données personnelles et la lutte contre la fraude. Il relève de notre responsabilité de prendre les mesures adéquates et, surtout, de protéger les plus vulnérables – comme les enfants – face aux dangers de l'univers numérique.

Les technologies numériques devraient également être **accessibles : tout le monde n'est pas un natif du numérique** et ne sait pas forcément comment remplir une déclaration d'impôt en ligne ou transférer de l'argent via une application.

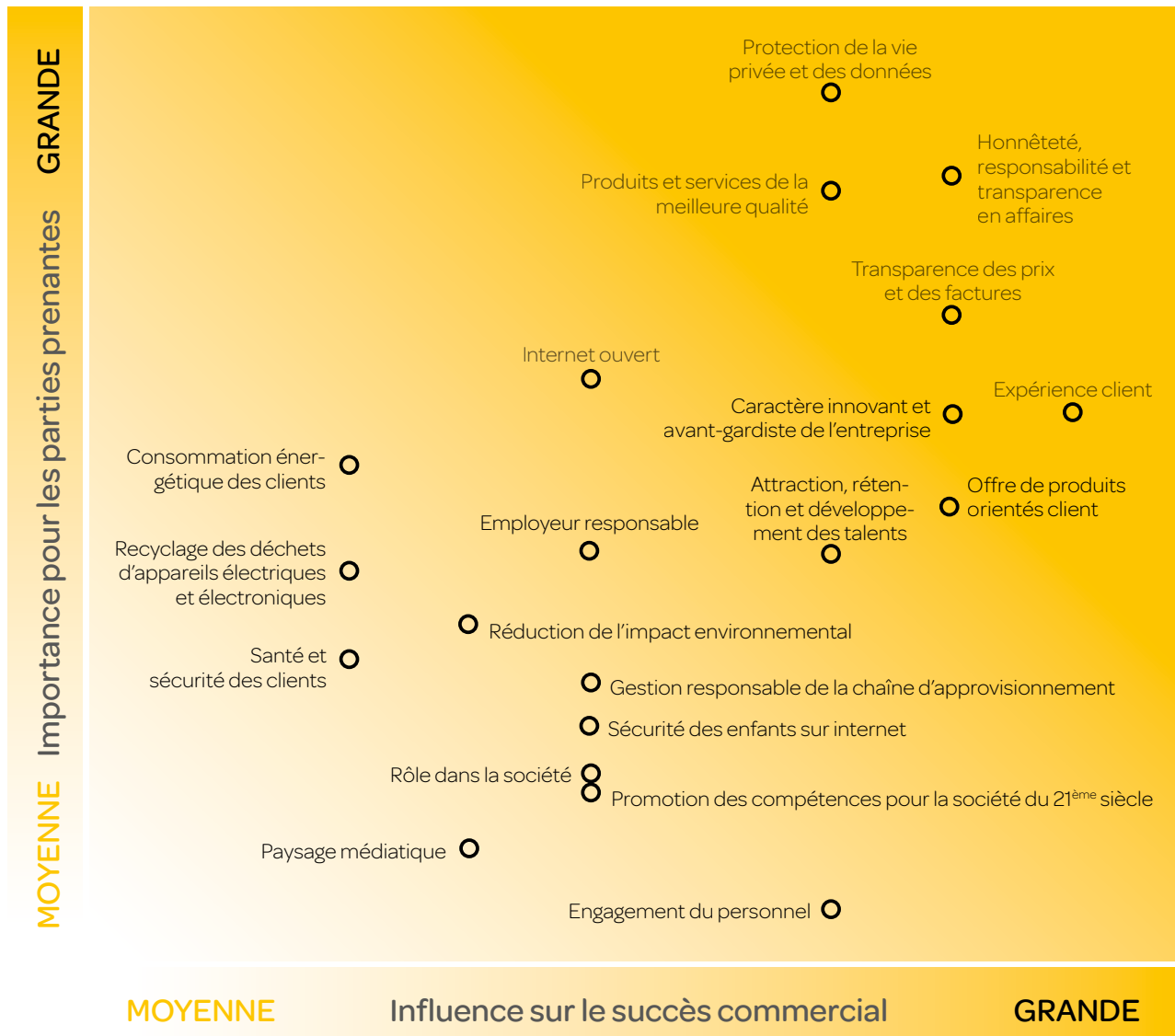
Enfin, de nouveaux modèles d'affaires, tels que la publicité ciblée et personnalisée, sont susceptibles de fournir de l'oxygène à l'industrie des médias locale. Mais ces initiatives ne doivent pas compromettre la confiance des clients et parties prenantes. Elles devraient être mises en place en dialogue avec les autorités de contrôle en question et elles devraient respecter les réglementations locales de la vie privée et des données.

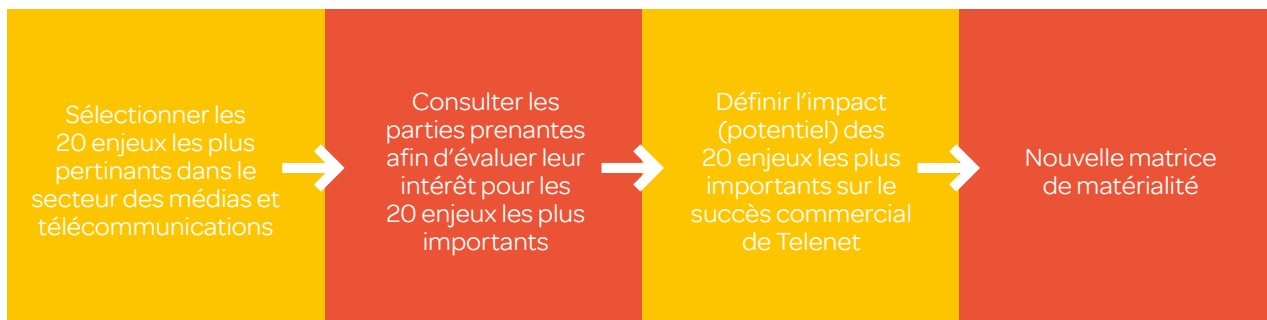
NOTRE POLITIQUE DE DURABILITÉ

LA MATRICE DE MATÉRIALITÉ

La durabilité est un concept aux multiples facettes, trop nombreuses pour être abordées simultanément par une entreprise. C'est pourquoi Telenet a délibérément choisi de cristalliser ses efforts sur les questions les plus pertinentes : les **matérialités**. Telenet détermine l'importance de ces différentes questions matérielles

en concertation étroite avec ses parties prenantes. Le résultat est une représentation schématique des priorités en matière de durabilité et de leur importance relative : la **matrice de matérialité**. La matrice de matérialité a été développée initialement en 2012 et revue en avril 2015 afin de représenter les intérêts les plus actuels de nos parties entrantes.





ÉLABORATION DE LA MATRICE DE MATÉRIALITÉ

L'élaboration d'une matrice de matérialité respecte une procédure structurée. Tout d'abord, une analyse approfondie des points d'attention pertinents sur le plan économique, social et écologique dans le secteur des médias et des télécommunications permet d'établir une liste de 100 enjeux. Cette liste est affinée et ramenée à une liste de 20 enjeux. Les principaux groupes intéressés (clients particuliers et professionnels, travailleurs, investisseurs et actionnaires, fournisseurs, responsables politiques/régulateurs,

organisations de consommateurs, organisations médiatiques et sectorielles) déterminent l'importance de chacun des 20 enjeux pour Telenet. Lors du récent exercice réalisé en 2015, 1405 parties prenantes ont été interrogées. Le senior management détermine l'impact (potentiel) de chaque enjeu sur le succès commercial de Telenet. Un objectif clair et mesurable est fixé pour chaque matérialité, comme l'indique le tableau 'KPI par matérialité' (voir pages 58-60).

PROCESSUS DÉCISIONNEL

Conseil d'administration	Senior Leadership Team (SLT)	Reputation Board	Corporate Affairs Director
<ul style="list-style-type: none"> • 10 administrateurs, dont 3 indépendants • Point constamment à l'ordre du jour : conception, implémentation et contrôle du programme de durabilité • Réunion au moins tous les trimestres 	<ul style="list-style-type: none"> • 12 cadres • Point constamment à l'ordre du jour : progrès en matière de durabilité • Réunion toutes les deux semaines 	<ul style="list-style-type: none"> • Conseil composé des membres de la SLT et du conseil d'administration • Contrôle et gestion du changement de la réputation de Telenet, y compris les aspects liés à la durabilité • Réunions trimestrielles 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestion des activités quotidiennes et reporting

LA STRATÉGIE DE DURABILITÉ

Chez Telenet, nous visons un développement durable, avec un bon équilibre entre l'excellence opérationnelle et la responsabilité sociétale, en tenant compte des aspects sociaux, économiques et environnementaux de nos activités opérationnelles.

Dans le cadre de notre programme de transformation après l'acquisition de BASE Company, nous avons saisi l'occasion pour repenser en profondeur notre stratégie de développement durable. Sans modifier radicalement de cap, mais pour assurer que, en termes de durabilité, nous maintenions notre position de leader parmi les entreprises belges.

Notre engagement : Avec plaisir

Chez Telenet, nous pensons que tout le monde devrait apprécier la façon dont

le numérique peut jouer un rôle dans sa vie. Nous voulons construire une société dans laquelle tout un chacun apprécie vivre et travailler ensemble, embrassant les possibilités du monde numérique au maximum, et ce, avec plaisir. En cette ère numérique, nous voulons faire une réelle différence en nous engageant envers nos clients et nos collaborateurs de manière empathique, tout en étant accessible à tous. Nous nous engageons à construire une relation ouverte et transparente avec toutes les parties prenantes, en étant honnête et en répondant à leurs attentes en matière de notre impact social, économique et environnemental.

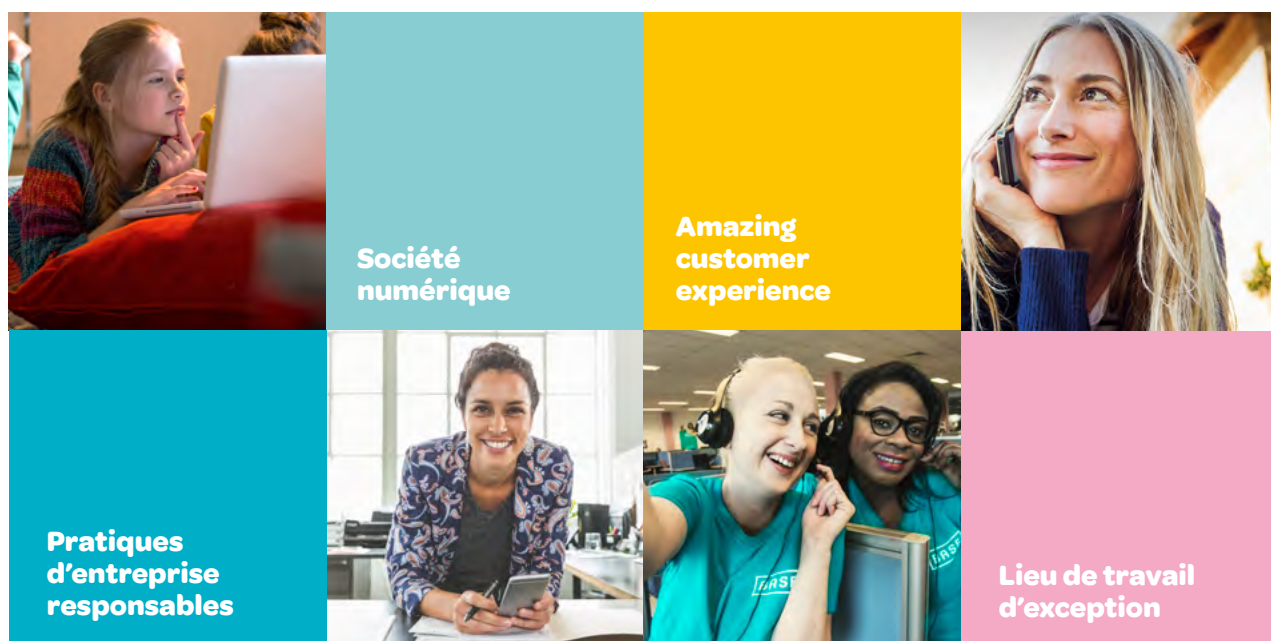
Nos domaines de prédilection

Le nouveau programme de durabilité souligne notre engagement envers les parties prenantes clés et reflète

leurs intérêts comme défini par les matérialités :

- **Amazing Customer Experience (Expérience client d'exception)** : notre engagement envers nos clients
- **Great Workplace (Lieu de travail exceptionnel)** : notre engagement envers nos collaborateurs
- **Digital Society (Société numérique)** : notre engagement envers la société et les communautés locales
- **Responsible Business Practices (Pratiques d'entreprise responsables)** : notre engagement pour un dialogue ouvert, honnête et transparent

Par engagement, nous avons défini un ensemble d'objectifs mesurables, qui devrait être atteints pour 2020.



LA STRATÉGIE DE DURABILITÉ TELENET : PLAN D'ACTION 2017-2020

Notre Vision 2020

- Nous souhaitons devenir l'opérateur convergent de référence de divertissement connecté et de solutions pour entreprises en Belgique.

Principes directeurs

- Innovant – numérique – proche – animé – amical – honnête, équitable et transparent – accessible – le plaisir

Nos priorités business

- Construire un réseau intégré de référence
- Être en avance en termes de divertissement inspirant
- Offrir des solutions d'entreprise qui font la différence
- Créer une expérience-client remarquable

Avec plaisir

Nous vivons dans une époque passionnante. À l'ère numérique, la façon dont nous vivons ensemble, travaillons ensemble et nous divertissons ensemble a changé. Nous avons maintenant des outils à disposition afin de rendre chaque instant inoubliable. Chez Telenet, nous souhaitons que tout un chacun accueille avec plaisir le numérique susceptible de changer sa vie. Nous voulons construire une société dans laquelle les gens travaillent et vivent ensemble, et dans laquelle ils embrassent les opportunités numériques avec enthousiasme. Dans cette ère numérique, nous voulons faire une réelle différence en nous engageant de manière empathique envers nos clients et nos employés tout en étant accessible à tous. Nous voulons des relations ouvertes et transparentes avec toutes les parties prenantes pour pouvoir répondre à leurs attentes en ce qui concerne notre impact social, économique et environnemental.

Société numérique

Amazing Customer Experience

Lieu de travail d'exception

Pratiques d'entreprises responsables

Notre engagement

Nous souhaitons construire une société dans laquelle tout le monde aime travailler et vivre ensemble et dans laquelle on embrasse les opportunités numériques avec plaisir.

Nous faisons tout ce qui est en notre pouvoir pour offrir une expérience client d'exception et afin de créer des relations de confiance à long terme.

Nous souhaitons que tous les employés de Telenet soient fiers de travailler pour nous et deviennent de vrais ambassadeurs de Telenet. Nous voulons renforcer, inspirer et activer nos employés afin qu'ils s'épanouissent.

Nous travaillons de manière ouverte et transparente, en tenant compte des attentes de nos parties prenantes en ce qui concerne notre impact social, économique et écologique.

Objectif 2020

Permettre à tout un chacun de découvrir le potentiel digital à l'aide d'au moins 3 programmes autour des compétences numériques. Faire entrer 25 000 jeunes dans l'ère numérique.

Net Promoter Score de -5.

Zoom engagement score de 61%, avec l'ambition claire d'atteindre le quartile supérieur.

RepTrak score sur Governance & Citizenship +3 % (par rapport aux valeurs initiales du RepTrak 2016Q4 Flandre & Bruxelles).

Notre méthode

- Investir dans des solutions de connectivité fixe et mobile hautement performantes
- Stimuler l'économie numérique et créative en Belgique
- Enseigner les compétences du 21^e siècle aux enfants et jeunes adultes via l'entrepreneuriat et des formations autour de l'alphabétisation numérique
- Assurer les compétences de base dans l'alphabétisation numérique pour tous
- Promouvoir le bon équilibre numérique

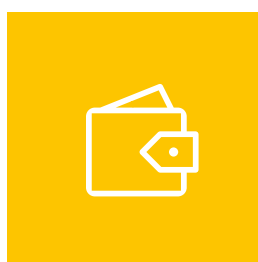
- Offrir la meilleure expérience client
- Fournir des produits & services de qualité supérieure qui sont faciles à utiliser
- Assurer la protection de la vie privée et des données personnelles
- Mener une tarification et une facturation transparentes

- Attirer les meilleurs talents et les garder
- Stimuler le développement personnel
- Donner envie aux collaborateurs de s'engager via les communications internes et la culture d'entreprise
- Miser sur la diversité et cultiver le bien-être de nos employés

- Limiter notre empreinte écologique
- Assurer une gestion responsable de la chaîne logistique
- Assurer une bonne gestion d'entreprise en toute transparence

ENGAGEMENT EN FAVEUR DES PARTIES PRENANTES

Chez Telenet, chaque département est responsable du développement des relations structurées avec les parties prenantes. Au niveau corporatif, Telenet entretient des dialogues avec les groupes d'intervenants suivants :



Clients

- Telenet évalue la satisfaction de ses clients grâce au Net Promoter Score (NPS).
- Telenet respecte quatre valeurs dans le cadre de chaque nouveau produit : simplicité, transparence, focalisation sur les clients fidèles et vision d'avenir.
- Telenet pratique une communication transparente quant aux sujets sensibles tels que les adaptations tarifaires.
- Nous dialoguons activement avec nos clients via les médias sociaux.

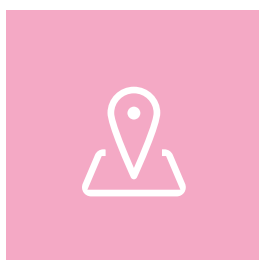
Investisseurs

- En tant qu'entreprise cotée en Bourse, Telenet communique ouvertement, activement et simultanément avec tous ses investisseurs.
- Telenet publie un rapport financier conforme aux normes internationales telles que les International Financial Reporting Standards (EU) et le US Sarbanes-Oxley Act.

Collaborateurs

- Telenet évalue la satisfaction de ses collaborateurs grâce à l'enquête Zoom annuelle.
- Les collaborateurs de Telenet travaillent dans un environnement qui stimule leur épanouissement personnel.
- Telenet offre aux jeunes collaborateurs la possibilité de développer leurs talents via le programme Young Grads.
- Telenet promeut des opportunités égales et travaille sur la diversité afin d'assurer que notre organisation reflète bien notre clientèle et la société au sens large.

Adhésions importantes



Fournisseurs

- Telenet fait signer à chaque fournisseur un code de conduite en matière de durabilité.
- Telenet évalue et surveille les risques que présente chaque fournisseur en matière de durabilité grâce à la plateforme EcoVadis.
- Telenet met en place des partenariats stratégiques avec des fournisseurs à forte dimension sociale, notamment l'atelier protégé IMSIR.

Communauté locale

- Telenet consulte les collectivités locales et les comités de quartier en cas de travaux importants, comme les Grands Travaux du Réseau dans les villes et communes flamandes.
- Telenet soutient activement des initiatives sociales qui redynamisent les talents numériques de demain comme CoderDojo Belgium, Atelier de l'Avenir et YouthStart.

Responsables publics

- Telenet a adopté une charte avec des directives sur l'engagement avec les parties prenantes. Une attention particulière est portée aux relations avec des représentants du secteur public.
- Telenet est un membre d'organisations professionnelles, telles que l'ISPA (Belgian Internet Service Providers Association), GSMA, Cable Europe et la Fédération des Opérateurs Télécom chez Agoria.
- Telenet tient à entretenir des relations transparentes avec les responsables publics, mais ne soutient aucun parti politique.

NOS PRINCIPAUX PROGRAMMES DE DURABILITÉ

Telenet s'emploie invariablement à agir comme une entreprise responsable et durable, qui tient chaque jour compte des aspects sociaux, économiques et environnementaux de son fonctionnement.

Cependant, la durabilité est un concept aux multiples facettes – trop nombreuses pour être abordées simultanément par une entreprise. C'est pourquoi Telenet a délibérément choisi de cristalliser ses efforts sur les questions les plus pertinentes – les matérialités. L'entreprise les détermine en concertation étroite avec ses parties prenantes. Ces matérialités servent également de base aux programmes de durabilité pour lesquels Telenet se mobilise activement :



ENGAGEMENT EN FAVEUR DE NOS COLLABORATEURS



ENGAGEMENT EN FAVEUR DE PRATIQUES D'ENTREPRISE OUVERTES, HONNÊTES ET TRANSPARENTES



ENGAGEMENT EN FAVEUR DE NOS CLIENTS



ENGAGEMENT EN FAVEUR DE LA SOCIÉTÉ ET DES COMMUNAUTÉS LOCALES



ENGAGEMENT EN FAVEUR DE NOS CLIENTS

Nous voulons instaurer **une relation de confiance durable** avec nos clients en investissant dans des produits et services conviviaux et de première qualité, en menant **une politique tarifaire transparente**, en **respectant la vie privée de nos clients** et en tentant d'offrir des **expériences mémorables** afin d'accroître la satisfaction des clients.



RETOUR SUR 2016

Chez Telenet, nous mettons tout en œuvre pour proposer des produits et des services innovants à nos clients. Pour eux, ce n'est pas tant la technologie qui importe, mais bien la manière dont elle les aide à gagner en productivité, à se détendre en toute sérénité et à collaborer librement. Autant d'expériences auxquelles Telenet contribue directement en investissant dans des réseaux fixe et mobile de pointe et en offrant du divertissement connecté et des solutions professionnelles de qualité supérieure.

L'acquisition de BASE Company en février 2016 a constitué une étape décisive dans l'évolution de Telenet. Elle a permis à l'entreprise de **se hisser au rang de fournisseur national de services de télécommunications disposant de son propre réseau mobile**. De cette manière, nous sommes en mesure de répondre plus efficacement à la demande croissante des clients résidentiels et professionnels, à savoir accéder à une gamme complète de services de télécommunications fixes et mobiles.

En guise de première étape importante dans l'intégration des deux entreprises, nous avons décidé d'investir dans la **modernisation du réseau mobile BASE sur l'ensemble du territoire belge d'ici 2018**. Fin 2016, 500 macrosites avaient déjà été modernisés avec succès tandis qu'en janvier 2017, près de 38 000 clients MVNO de Telenet avaient rejoint notre réseau mobile propriétaire. Les investissements dans le réseau mobile BASE sur l'ensemble du territoire belge s'ajoutent aux efforts soutenus que nous réalisons pour optimiser l'infrastructure réseau fixe en Flandre et à Bruxelles par le biais des projets Les Grands

Travaux du Réseau et Nexus. Ils visent à permettre aux clients résidentiels et professionnels de bénéficier d'ici 2019 de connexions Internet ultrarapides avec une bande passante jusqu'à 1 Gbit/s et des volumes de données conséquents.

Cela souligne notre volonté d'améliorer continuellement l'expérience client en **innovant** dans tous nos domaines d'activité. Outre les investissements dans **l'innovation réseau**, nous **innovons également dans nos produits et services** :

- En juin 2016, Telenet a lancé **WIGO**, le premier forfait tout-en-un pour les familles et les entreprises qui répond à l'évolution du comportement des clients et fait tomber la barrière ancestrale entre services fixes et mobiles. Résultat : un peu plus de 150 000 abonnés WIGO fin décembre 2016 et une augmentation de la pénétration quadruple-play à 23 pour cent des abonnés au câble.

- Le **Tip Top Tour**, un check-up complet et gratuit de l'installation intérieure au domicile des clients Telenet, continue à redéfinir la notion de service orienté client. Depuis son lancement en 2015, le programme a déjà atteint 286 050 clients résidentiels, dont 150 258 en 2016. Nous avons prévu d'atteindre 120 000 clients supplémentaires en 2017. En juin 2016, l'initiative a été gratifiée d'un Golden Effie Award, une récompense prestigieuse dans le domaine du marketing.

- La solution **BASE Fix2 Go** est un service de réparation professionnel pour les téléphones portables et tablettes, qui permet notamment de faire configurer un appareil ou de faire transférer des données d'un appareil à un autre. Une réparation dans un point de vente BASE ne nécessite qu'environ 40 minutes.

La meilleure expérience de l'univers numérique

Les expériences client positives forment la base d'une croissance durable.

Par le biais de nos différents canaux, nous guidons nos clients vers la solution qui leur convient le mieux et leur offrons ainsi un service personnalisé, de grande qualité et sans faille.

Depuis 2014, Telenet investit dans le programme Amazing Customer Experience (ACE) qui surveille, analyse et synthétise les expériences de nos clients. Nous avons ainsi pu identifier plus rapidement les points noirs et y apporter des solutions ciblées. Ces dernières années, le nombre de plaintes à l'encontre de Telenet rapportées par le Service de Médiation pour les Télécommunications a fortement diminué* :

- 1 dossier pour 1 639 services en 2014
- 1 dossier pour 2 081 services en 2015
- 1 dossier pour 2 212 services en 2016 (y compris BASE)

En tant qu'entreprise, nous sommes tenu d'améliorer constamment l'expérience de nos clients pour gagner leur confiance. L'acquisition de BASE Company a été le point de départ d'**un parcours de transformation visant à établir d'ici 2020 une approche intégrée de l'engagement client**, avec des processus métier, systèmes et outils parfaitement adaptés.

Lorsqu'il s'agit de renforcer encore davantage l'engagement client, les domaines suivant méritent une attention particulière :

* Remarque : les chiffres pour les années 2014 et 2015 n'incluent pas les plaintes émanant des clients BASE.

- **Mieux adapter les processus internes au parcours du client :** les clients attendent de Telenet une expérience sans faille dans toutes les interactions, depuis la demande initiale jusqu'au service après-vente. En tant qu'organisation, nous avons l'opportunité d'améliorer l'efficacité de nos processus internes, de supprimer les barrières entre fonctions et canaux, et d'identifier de façon proactive l'impact des développements internes sur le parcours du client.
- **Offrir au client une nouvelle expérience numérique :** la numérisation croissante entraîne une évolution des attentes du client. Dans l'économie numérique, les contacts avec la clientèle doivent être rapides, faciles, agréables et disponibles 24/7. En tant qu'organisation, nous devons mettre au point une approche spécifique s'agissant de l'interaction numérique avec le client, qui soit complémentaire avec les canaux non numériques qui se distinguent par la chaleur du contact humain.

Garantir la protection de la vie privée et des données

Pour gagner la confiance des clients, les interactions avec ceux-ci doivent se faire dans le respect de la vie privée et de la sécurité des données. Nous gérons de nombreuses informations communiquées par nos clients et à leur propos. La **Telenet Customer Data Policy** décrit les données que nous traitons, les raisons pour lesquelles nous le faisons et les droits de nos clients. Elle s'applique à l'ensemble des activités commerciales de Telenet et est disponible publiquement sur le site web de Telenet. En automne 2016, nous avons actualisé cette politique en vue de tester la publicité ciblée sur les chaînes de télévision SBS. Les modifications apportées à la Customer Data Policy ont été communiquées avec ouverture et transparence à notre clientèle.



Le test de la publicité ciblée a suscité un débat public en Flandre sur la nécessité de politiques transparentes en matière de vie privée et a mené la Commission belge de la Protection de la Vie Privée à enquêter sur la Telenet Customer Data Policy en général et sa conformité avec la nouvelle réglementation générale de l'UE relative à la protection des données (GDPR) en particulier. Une consultation est en cours avec la Commission belge de la Protection de la Vie Privée afin d'élaborer davantage le Telenet Customer Data Policy.

Outre la mise à jour de la Telenet Customer Data Policy, nous avons revu la politique de protection des données pour les clients de BASE afin de l'aligner davantage avec celle de Telenet. Il s'agit d'un pas de plus vers une intégration des politiques en matière de protection de la vie privée et des données.

Mener une tarification et une facturation transparentes

Début 2016, Telenet a informé personnellement tous ses clients d'un ajustement des prix pour plusieurs de ses produits et services. Ces changements de prix sont la

conséquence de la demande croissante de connexions plus rapides, de volumes de données plus importants, que ce soit en fixe ou en mobile, et d'une plus grande capacité. Pour répondre aux attentes des consommateurs et entreprises, nous devons investir davantage dans notre réseau, nos produits et nos services. Tandis que nous allons devoir continuer à investir ce qui pourrait entraîner de nouvelles adaptations tarifaires, il nous incombe aussi de réfléchir sur la façon dont nous pouvons garantir à nos clients la meilleure valeur et gagner leur confiance à long terme.

S'agissant de la facturation, Telenet a lancé une campagne mi-2016 pour inviter ses clients résidentiels à opter pour la facturation électronique. Aujourd'hui pas moins de 56 pour cent des clients sont passés de la facture papier traditionnelle à la facturation électronique.





Chez BASE, aucune modification majeure n'a été apportée à la tarification ou à la facturation en 2016. 70 pour cent des clients BASE reçoivent une facture électronique.



EN BREF : PRINCIPAUX ÉVÉNEMENTS ET RÉALISATIONS EN 2016

■ En bonne voie/Clôturé
■ En développement
■ Demande plus d'attention

Focus	Événements et réalisations en 2016	Statut actuel	Prochaines étapes
Offrir la meilleure expérience client	Une nouvelle famille de clients L'acquisition de BASE Company hisse Telenet au rang de fournisseur national de services de télécommunications disposant de son propre réseau mobile. Un projet de transformation a été lancé pour établir d'ici 2020 une approche intégrée de l'engagement client.		Une nouvelle famille de clients : Acquisition de SFR La reprise des activités de câblodistribution de SFR en Belgique et au Luxembourg telle qu'approuvée par l'Autorité belge de la Concurrence en date du 13 juin 2017 va nous permettre d'étendre notre couverture, hissant Telenet au rang de principal fournisseur de télécommunications à Bruxelles.
	Net Promoter Score (NPS) pour Telenet et BASE Le NPS est le principal indicateur de performance nous permettant d'évaluer la fidélité de nos clients. Il se base sur une enquête en ligne mensuelle menée auprès de 12 000 clients résidentiels et professionnels. En 2016, Telenet a obtenu un résultat final de -6,9, soit légèrement en deçà de l'objectif. Le NPS pour BASE était de -12,10 à la fin de l'année.		Net Promoter Score (NPS) pour Telenet et BASE en 2017 S'agissant de Telenet, nous allons viser un NPS en fin d'année de -4. S'agissant de BASE, le NPS à atteindre d'ici la fin de l'année est fixé à -7.
Fournir des produits et services de qualité supérieure qui sont faciles à utiliser	Telenet WIGO Lancé au mois de juin, WIGO est le premier forfait tout-en-un pour les familles et les entreprises. Fin 2016, WIGO comptait plus de 150 000 abonnés. 75 pour cent de nos clients qui sont passés à WIGO paient moins qu'avant.		Continuer à offrir le forfait tout-en-un WIGO tout en améliorant l'offre afin de mieux répondre aux attentes et besoins des clients résidentiels et professionnels.
	Un contenu audiovisuel inspirant : Telenet Play More Relancé au mois de décembre, Play More offre une expérience visuelle linéaire enrichie avec une interface utilisateur revisitée et des fonctions de recherche et de recommandation améliorées. Grâce au robot Messenger Mr More, nous avons défini un nouveau standard pour guider les téléspectateurs dans notre catalogue de contenus en ligne.		Continuer à offrir des solutions de contenus audiovisuels inspirantes Telenet Play Sports : En mai 2017, Telenet a obtenu les droits de retransmission non exclusifs du championnat de Belgique de football « Jupiler Pro League » jusqu'à la saison 2019-2020. Nous avons également acquis les droits exclusifs pour les résumés des matchs de football ainsi que les droits de retransmission en direct pour la distribution Over-The-Top (OTT).

Focus	Événements et réalisations en 2016	Statut actuel	Prochaines étapes
Assurer la protection de la vie privée et des données personnelles	<p>Telenet Customer Data Policy</p> <p>Revue et modifiée à l'automne 2016. Les modifications apportées à cette politique ont été communiquées ouvertement à la clientèle.</p> <p>Un travail de sensibilisation interne a été réalisé par le biais d'une formation en ligne obligatoire pour tous les employés.</p>		<p>La Telenet Data Protection Policy doit être mise en conformité avec les dispositions légales en vigueur, et ce, dans le cadre d'une consultation avec la Commission belge de la Protection de la Vie Privée. Nous travaillons également à l'implémentation de la réglementation générale de l'UE relative à la protection des données (GDPR). Des progrès considérables ont déjà été enregistrés dans les domaines de la vie privée « dès la conception », de l'évaluation des impacts sur la vie privée et de la gestion de la violation des données.</p>
	<p>BASE Customer Data Policy</p> <p>Revue et modifiée à l'automne 2016 pour être davantage alignée avec la politique de Telenet.</p>		
Mener une tarification et une facturation transparentes	<p>Plaintes en matière de violation de la vie privée</p> <p>En 2016, la Commission belge de la Protection de la Vie Privée a transmis 5 demandes à Telenet, en vue d'obtenir davantage d'informations sur le traitement des données personnelles des clients. 14 Incidents potentiels ont été évalués, dont 5 directement issus d'une plainte-client. Aucun incident n'a entraîné une amende.</p> <p>S'agissant de BASE : nous n'avons pas reçu de plaintes ou de demandes d'informations.</p>		
	<p>Ajustement tarifaire Telenet</p> <p>En janvier 2016, Telenet a annoncé un ajustement des prix pour plusieurs de ses services et produits afin de couvrir des investissements supplémentaires dans le réseau, les services et les produits, et répondre aux attentes croissantes des consommateurs et entreprises.</p>		

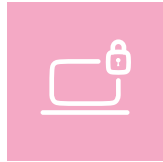


RÈGLES D'OR POUR BÂTIR UNE RELATION DE CONFIANCE AVEC LA CLIENTÈLE



Fournir des produits et services conviviaux et de qualité supérieure

- **Un choix de produits simple** : Telenet Whop et Whoppa. Telenet Play, Play More et Play Sports. BASE 15-25-35-45. Une offre claire et limitée permet au client de comparer facilement les produits et de faire rapidement un choix pondéré.
- **Des informations claires sur les produits** : Chaque produit BASE ou Telenet s'accompagne d'une brochure où figurent les conditions générales, un guide d'installation ainsi qu'un marquage CE explicite ou, le cas échéant, un dépliant technique. Nous mentionnons toujours les informations légales obligatoires quant au traitement des déchets, à la consommation énergétique et les valeurs DAS des téléphones mobiles.
- **Accessibilité** : Nous sommes proches de nos clients et les accompagnons activement sur la voie de l'expérience numérique optimale, et ce, par le biais de différents canaux :
 - des vidéos diffusées sur la chaîne de télévision 444 et sur la chaîne YouTube de Telenet fournissent des informations supplémentaires sur les produits Telenet;
 - les clients peuvent s'abonner à diverses newsletters Telenet sur My Telenet;
 - nous dialoguons avec nos clients sur les réseaux sociaux de BASE et Telenet tels que Facebook, Twitter et LinkedIn;
 - la plateforme d'histoires SNAP (snap.telenet.be) de Telenet fournit au client de plus amples informations sur la société Telenet et sur notre offre de contenus audiovisuels;
 - nos forums communautaires en ligne – les Netnologues chez Telenet et le forum Go Mobile chez BASE – permettent aux clients de poser des questions, de partager leurs expériences et de soumettre des suggestions destinées à améliorer les produits existants ou à en développer de nouveaux.



Assurer la protection de la vie privée et des données personnelles

- Les **Customer Data Policies de BASE et Telenet** décrivent les données que nous traitons, les raisons pour lesquelles nous le faisons et les droits de nos clients. Ces politiques s'appliquent à l'ensemble des activités commerciales de Telenet et BASE. Elles sont disponibles publiquement sur les sites web respectifs. Nous mettons tout en œuvre pour implémenter d'ici 2018 la réglementation générale de l'UE relative à la protection des données.
- Depuis 2014, le **Privacy Council** analyse toutes les questions et priorités relatives à la vie privée. Il se compose de représentants des différents départements.
- Le **Security Council** formule des recommandations stratégiques relatives aux risques et menaces qui découlent d'une utilisation malintentionnée ou inappropriée des données.
- Le **Cyber Security Roadmap** reprend les principaux projets de sécurité et fait l'objet d'une révision annuelle sur la base des recommandations du Security Council.
- **Sensibilisation interne par la formation** : En 2016, 222 collaborateurs ont eu une introduction à la protection de la vie privée et de la sécurité pendant la journée de formation obligatoire Business Discovery Day. Fin 2016, nous avons lancé une formation en ligne sur la protection de la vie privée et des données personnelles à la suite des changements apportés à la Telenet Customer Data Policy. Pas moins de 50 pour cent des employés Telenet ont commencé le cours en ligne dans les premières semaines suivant son lancement.



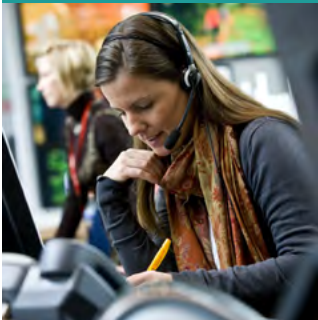
Mener une tarification et une facturation transparentes

- **Tarification** : Nous nous efforçons de mentionner nos prix et les éventuels autres frais en toute transparence sur notre site web et dans nos promotions ou publicités. Les frais uniques facturés pour l'activation, l'installation ou le remplacement de matériel sont mentionnés le plus clairement possible sur notre site web.
- **Facturation** : Les clients Telenet qui optent pour un relevé de compte électronique reçoivent un e-mail automatique lorsqu'une nouvelle facture est disponible sur My Telenet. Les factures y sont consultables pendant quatorze mois. Les clients BASE peuvent consulter leurs factures en ligne dans l'espace client du site web de BASE ou sur l'application MyBASE.
- **Une communication proactive** : Lorsque nous apportons des modifications importantes à nos produits et services, nous avertissons nos clients longtemps à l'avance par e-mail ou par l'ajout d'une mention spécifique sur la facture.
- **Pas de préavis** : Nous n'appliquons pas de délai de préavis pour les groupes de produits, l'Internet, la téléphonie fixe ou mobile et la télévision, à l'exception du bouquet de chaînes payant Telenet Play Sports, pour lequel la durée contractuelle de six mois imposée par la loi sur les télécoms est toujours d'application.
- **Plans tarifaires** : Nous contactons de façon proactive les clients qui auraient intérêt à passer à une autre formule mieux adaptée à leur utilisation.



FOCUS

LE SERVICE CLIENT ET LE HELPDESK TECHNIQUE DE BASE ET TELENET EN 2016



Par téléphone

Nous avons répondu à 78 pour cent des appels dans les 120 secondes.

Nous avons atteint un pourcentage First-Time Right (solution optimale offerte au client dès le premier contact) de 73 pour cent.

Par Internet, e-mail et courrier

Le Service Client en ligne de Telenet a été visité 890 000 fois par mois. Cette plateforme fournit au client des procédures spécifiques et des informations utiles pour résoudre lui-même un problème dans un premier temps. Le Service Client en ligne sur BASE.be a été visité 225 863 fois par mois.

My Telenet a été visité plus de 15 millions de fois sur une base annuelle et a touché 1 070 000 visiteurs uniques, ce qui représente une augmentation de 7 pour cent par rapport à 2015. L'application MyBASE avait 247 296 visiteurs uniques par mois, soit une augmentation de 53 pour cent par rapport à 2015.

78 pour cent des e-mails et des courriers des clients ont reçu une réponse dans les deux jours.

Via les médias sociaux

Nous sommes joignable tous les jours de 8 h à 22 h en semaine et de 8 h 30 à 18 h le week-end et les jours fériés (sauf le 25 décembre et le 1^{er} janvier).

Nous avons enregistré 462 810 mentions sur les médias sociaux, soit une hausse de 43 pour cent par rapport à 2013.

BASE a enregistré 70 034 mentions sur les médias sociaux.

Les sujets les plus populaires en 2016 pour Telenet ont été WIGO et le Digibende.

Les sujets les plus populaires en 2016 pour BASE ont été les promos GSM et le streaming gratuit de certains matchs des Diables Rouges

Telenet SNAP

Notre plateforme d'histoires SNAP fournit au client de plus amples informations sur l'utilisation optimale des produits Telenet et sur notre offre de contenus audiovisuels.

Les Netnologues Telenet

Sur cette plateforme en ligne, des clients résidentiels s'entraident pour tirer le meilleur parti de l'univers numérique. Ils peuvent poser des questions, partager leurs expériences et soumettre des suggestions destinées

à améliorer les produits existants.

Forum Go Mobile de BASE

Cette plateforme en ligne présente les dernières nouvelles concernant les produits et services de BASE ainsi que des trucs et astuces pour une vie véritablement mobile.

La BASE Community permet aux clients BASE d'aider d'autres clients, d'interagir et d'échanger des idées.



BASE PAYBYMOBILE

Lancée en 2015, la solution PaybyMobile propose aux clients BASE d'acheter facilement et en toute sécurité des livres numériques ainsi que des contenus en ligne tels que des films, de la musique, des jeux et des applications.

Les clients peuvent faire en sorte que ces achats en ligne soient directement repris sur leur facture BASE. La solution BASE PaybyMobile définit un nouveau standard dans le domaine des transactions en ligne sécurisées. Elle est disponible sur les plateformes suivantes :

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





ENGAGEMENT EN FAVEUR DE NOS COLLABORATEURS

Dans son rôle d'employeur, Telenet cherche à être **un partenaire passionné** qui stimule les performances professionnelles et le développement personnel dans un environnement en constante mutation. Nous menons une politique du personnel qui **développe le talent et stimule l'implication. Nous veillons également à ce que chacun se sente bien au travail.**



RETOUR SUR 2016

Le rachat de BASE Company approuvé en février 2016 a marqué le début d'un parcours de transformation impactant toutes les facettes des activités de l'entreprise. Le département des ressources humaines est l'une des pierres angulaires de ce programme de transformation : il doit veiller au **bien-être des collaborateurs dans cette période de changement**. Son rôle consiste également à optimiser les processus et systèmes sous-jacents à la politique du personnel.

Sa priorité principale après l'acquisition a été la bonne intégration des deux organisations en s'assurant que tous les employés bénéficient rapidement d'une vue claire sur leurs tâches, leurs rôles et leurs responsabilités au sein de la nouvelle organisation. Ce processus a été engagé en mars et clôturé en juillet, et n'a exigé aucun départ forcé.

L'étape suivante du parcours de transformation consiste à harmoniser les différents processus HR et à optimiser les systèmes back-office et outils IT pour **parvenir d'ici 2018 à une pratique des ressources humaines entièrement intégrée**. Il sera important d'harmoniser les conditions de travail des employés Telenet et BASE Company en étroite concertation avec les partenaires sociaux.

L'une des clés pour mener à bien ce parcours de transformation réside dans **la volonté des employés de s'engager au sein de la nouvelle organisation**.

Telenet évalue chaque année l'engagement de ses collaborateurs grâce à l'enquête Zoom. En 2016, Telenet a obtenu un score de 60 pour cent en matière d'engagement, soit

9 points de pourcentage au-dessus de la moyenne belge, les meilleurs résultats ayant été observés dans les domaines de la diversité et de l'inclusion, de la conformité et de l'éthique, et des valeurs. Parmi les principaux domaines d'amélioration, citons les opportunités de carrière, la gratification et la reconnaissance. L'enquête Zoom a été réalisée en janvier 2016 avant l'acquisition de BASE Company.

En janvier 2017, l'enquête Zoom a été menée pour la première fois auprès de tous les employés de la nouvelle organisation intégrée. Les premiers résultats sont encourageants : avec un score de 58 pour cent, soit 7 points de pourcentage au-dessus de la moyenne belge, le score en matière d'engagement reste stable. Les employés de Telenet ont indiqué comme principaux points d'attention les opportunités de carrière et la gestion des performances.

D'après l'enquête Zoom 2017, Telenet pourrait encore améliorer son image de marque ainsi que sa réputation en tant qu'employeur, y compris la fierté qu'éprouvent les individus à travailler pour l'organisation.

Cela souligne la nécessité de continuer à **investir dans la communication interne et dans les initiatives visant à promouvoir la culture d'entreprise**.

Depuis le printemps 2016, nous intensifions notre communication interne pour veiller à ce que tous les employés soient parfaitement informés de notre parcours d'intégration et de transformation. Voici quelques-unes des principales initiatives : des newsletters régulières, « The Telenet Way Day » qui a réuni tous les employés

en juin 2016, ainsi qu'une refonte complète de l'intranet « Tellit » avec un flux continu d'anecdotes sur nos activités, notre groupe et nos employés en provenance de toute l'organisation. En 2017, nous allons concentrer nos efforts sur la création d'un nouveau narratif d'entreprise qui sera en parfaite adéquation avec les valeurs des employés et l'objectif de la marque et qui aura la capacité de **motiver nos employés à devenir de véritables ambassadeurs de Telenet**.

L'engagement du personnel se traduit également par une culture d'entreprise adoptée par tous les employés. Depuis l'acquisition de BASE Company, Telenet est devenu un fournisseur national de services de télécommunications avec des activités dans toutes les régions de Belgique et une équipe multiculturelle hétérogène. Dans une entreprise historiquement axée sur la Flandre, cela nécessite un changement de mentalité pour une grande partie du personnel.

Enfin, dans cette période de transformation, des **employés dotés d'une résilience suffisante pour affronter l'incertitude, l'imprévu et le stress** peuvent faire la différence.

En 2015, nous avons donc lancé un programme de développement spécifique pour les cadres et les employés avec des sessions de formation, un programme d'aide aux employés, un coaching personnalisé et un soutien sur le lieu de travail. Le programme de résilience aide Telenet dans sa stratégie visant à valoriser son image d'employeur et améliorer sa réputation d'employeur de référence vis-à-vis du monde extérieur.



EN BREF : PRINCIPAUX ÉVÉNEMENTS ET RÉALISATIONS EN 2016



Focus	Événements et réalisations en 2016	Statut actuel	Prochaines étapes
Attirer les meilleurs talents et les garder	Une nouvelle famille de collègues Depuis mi-2016, les employés de Telenet et de BASE Company forment une seule organisation entièrement intégrée où chacun est à sa place avec des rôles et des responsabilités parfaitement définis. Les employés ont été informés régulièrement sur le parcours d'acquisition et d'intégration.		Poursuivre le parcours d'intégration en harmonisant les processus métier, en optimisant les systèmes back-office et en parvenant d'ici 2018 à une pratique des ressources humaines entièrement intégrée en étroite concertation avec les partenaires sociaux.
	Certification LinkedIn Recruiter En 2016, l'équipe de recrutement de Telenet a obtenu la certification LinkedIn Recruiter au terme d'un programme de certification très poussé. Telenet est la première entreprise belge à être certifiée LinkedIn.		Recrutement en ligne continu via LinkedIn , en plus des canaux de recrutement traditionnels tels que les salons de l'emploi, la publicité dans les journaux ou la publication d'annonces sur les sites d'emploi spécialisés ou sur le site web de Telenet.
	Programme Young Graduate Sélectionnés en janvier 2015, 15 Young Graduates ont achevé en novembre 2016 le programme de formation bisannuel destiné aux étudiants en master fraîchement diplômés. 13 Young Graduates ont été engagés tandis que 2 d'entre eux ont quitté Telenet afin de s'orienter vers d'autres opportunités de carrière.		Poursuivre le programme Young Graduate Telenet engage 20 nouveaux Young Graduates pour la nouvelle promotion de septembre 2017.
	Programme Refer a Friend (RAF) En 2016, 18 nouveaux employés ont été engagés sur recommandation d'employés de Telenet.		Poursuivre le programme Refer a Friend afin de pourvoir tous les postes vacants.
Stimuler le développement personnel	Learn-it En décembre 2016, Telenet a lancé un tout nouveau portail d'apprentissage permettant à l'ensemble des employés de gérer facilement leur développement personnel.		Poursuivre le déploiement de Learn-it et obtenir l'adhésion de tous les employés
	Apprentissage et développement En 2016, 2 400 employés se sont formés pour un total de 74 139 heures de formation.		Continuer les initiatives d'apprentissage et de développement
	Leadership Launch Path En 2016, 18 dirigeants et managers récemment promus ont suivi ce programme de développement personnel dont le but est d'améliorer le leadership dans cette période de changement en trouvant le bon équilibre entre expertise technique et compétences en matière de gestion des individus.		Poursuivre la mise en œuvre du programme Leadership Launch Path

Focus	Événements et réalisations en 2016	Statut actuel	Prochaines étapes
Donner envie aux employés de s'engager via les communications internes et la culture d'entreprise	Enquête Zoom sur l'engagement du personnel En mars 2016, l'enquête Zoom annuelle a révélé un score de 60 pour cent en matière d'engagement, soit 9 points de pourcentage au-dessus de la moyenne belge et 5 points de pourcentage au-dessus des résultats de l'enquête Zoom 2015. L'enquête Zoom 2016 n'incluait pas encore les employés de BASE Company.		Poursuivre l'enquête Zoom sur l'engagement du personnel En avril 2017, la première enquête Zoom menée auprès des employés de Telenet et de BASE Company a révélé un score stable de 58 pour cent, soit 7 points de pourcentage au-delà de la moyenne belge.
	Communications internes En 2016, dans le cadre du parcours d'intégration, l'accent a été mis sur la communication interne. Parmi les principales initiatives, citons le « Telenet Way Day » qui a réuni tous les employés au mois de juin ainsi que la refonte de l'intranet « Tellit » à l'automne.		
Miser sur la diversité et cultiver le bien-être de nos employés	Programme de résilience Démarré en 2015, ce programme a pour but de renforcer la résilience du personnel dans cette période de changement. Il comprend plusieurs initiatives de formation et de coaching des cadres et employés.		
	Diversité Telenet dispose d'un personnel hétérogène avec des expériences professionnelles extrêmement variées, un formidable brassage multiculturel ainsi qu'un équilibre sain entre hommes et femmes, entre jeunes et moins jeunes. En 2016, les femmes représentaient 35,4 pour cent de notre personnel. Fin 2016, les femmes représentaient 50 pour cent de la Senior Leadership Team de Telenet, et 3 femmes siégeaient au Conseil d'administration.		



UNE POLITIQUE DU PERSONNEL DURABLE

Telenet place la durabilité et le bien-être de tous ses collaborateurs au centre de sa politique du personnel, laquelle est établie en étroite concertation avec les partenaires sociaux.

Principales initiatives en matière de gestion du personnel

- **Année sabbatique** : l'interruption de carrière relève du système légal du crédit-temps. Sa durée maximale s'élève à une année sur l'ensemble de la carrière professionnelle. Elle peut prendre la forme d'une interruption totale ou d'une réduction des prestations. À son retour, l'employé doit endosser la même fonction. Fin 2016, 467 personnes ont eu recours à ce programme.
- **Plan pour l'emploi des travailleurs âgés** : les entreprises de plus de 20 collaborateurs doivent mettre ce genre de plan en place pour accroître la participation des employés de 45 ans et plus. Telenet accorde une attention toute particulière aux travailleurs de 45 ans et plus.

Ce programme inclut : la promotion de la santé physique et mentale en général, une révision des procédures de sélection, d'évaluation et de recrutement des candidats, des efforts supplémentaires en matière de formation, un programme spécial de développement de carrière, des initiatives de coaching, la promotion de la mobilité interne et la reconnaissance des compétences acquises.

- **Outplacement** : l'employeur offre à l'employé un ensemble de conseils et de services d'accompagnement afin de l'aider à retrouver du travail ou à développer une activité professionnelle en tant qu'indépendant au plus vite. L'outplacement est régi par la loi. En 2016, 26 employés se sont vu proposer un parcours d'outplacement.

Concertation avec les partenaires sociaux

- **Le Conseil d'Entreprise (CE)** présente une composition paritaire et comprend autant de représentants de l'employeur que de représentants des employés. Il participe à l'élaboration de la politique sociale, économique et financière de l'entreprise. Conformément à la loi, les rapports du CE sont accessibles à tous les collaborateurs.
- **Le Comité pour la Prévention et la Protection au Travail (CPPT)** est un organe de consultation paritaire qui représente tous les collaborateurs. Il se compose de représentants de l'employeur, de représentants des employés, du médecin du travail et du service interne pour la prévention et la protection au travail. Le CPPT participe activement à l'élaboration de la politique de bien-être des travailleurs lors de l'exécution de leur travail, du plan global de prévention et du plan d'action annuel. Les domaines concernés sont les suivants : sécurité au travail, surveillance de la santé, ergonomie, hygiène, embellissement des lieux de travail, aspects psychosociaux du travail – notamment la violence ainsi que le harcèlement moral et sexuel – et environnement. Le CPPT joue un rôle essentiellement consultatif en ce qui concerne les nouvelles technologies, l'évolution des technologies, les processus de travail, l'aménagement des postes de travail, les outils de travail, les équipements de protection, les formations, les instructions, les contrôles périodiques, etc.



Santé, sécurité et bien-être

- **L'enquête de bien-être** : cette enquête est organisée tous les trois ans sur la base de la liste S-ISW. Elle évalue les risques psychosociaux liés à l'organisation du travail, au contenu du travail, aux relations interprofessionnelles, à l'environnement de travail, aux conditions de travail, ainsi que leur corrélation avec des indicateurs de bien-être tels que le stress, le surmenage, la motivation, l'absentéisme, le harcèlement, la discrimination et la violence, tant à l'échelle de l'individu que de l'organisation. En 2014, 75 pour cent des travailleurs ont répondu à l'enquête de bien-être. En 2015 et 2016, un plan d'action et de suivi détaillé a été élaboré pour les principaux facteurs de risque. La prochaine enquête de bien-être sera organisée en 2018 afin de pouvoir nous concentrer en 2017 sur l'intégration de BASE Company ainsi que sur les initiatives de transformation qui y sont liées.
- **Le plan global de prévention** : il fixe des objectifs à cinq ans en matière de bien-être et d'environnement. Ces objectifs sont identifiés par le biais d'audits, d'analyses de risques, d'exercices d'évacuation annuels, d'inspections périodiques et spécifiques, d'analyses d'incidents et d'accidents, des résultats de l'enquête de bien-être, de la nouvelle législation et des changements organisationnels importants. Cette procédure est conforme à la loi sur le bien-être au travail. Tous les ans, nous mesurons l'avancement, réévaluons les objectifs et les traduisons en plans d'action annuels spécifiques. Voici un aperçu des principales actions menées en 2016 : programme de résilience en périodes de changement,

pilote sur l'absentéisme dans les centres de contact client, révision de la surveillance de la santé conformément aux changements légaux, démarrage en douceur des nouveaux comités de sécurité après les élections sociales de 2016 et poursuite du projet d'audit incendie/analyse des risques. En outre, plusieurs activités en lien avec l'environnement ont été menées, notamment le renouvellement des permis. Le statut et les résultats des initiatives en matière de bien-être sont soumis chaque année à la Direction générale Contrôle du Bien-être au Travail, qui fait partie du Service public fédéral Emploi, Travail et Concertation sociale, ainsi qu'aux comités pour la prévention et la protection au travail. En 2016, 74 accidents du travail sont survenus, y compris des accidents ayant entraîné une incapacité temporaire de travail à concurrence de 773 jours civils. Nous n'avons enregistré aucun accident du travail mortel ou entraînant une incapacité permanente confirmée. La fréquence et la gravité des accidents du travail demeurent sous la moyenne sectorielle dans toutes les divisions.

- **Rôles et responsabilités** : La politique de bien-être fait l'objet d'un suivi minutieux au niveau des départements et à l'échelle de l'entreprise. Il incombe aux directeurs et managers de mettre en œuvre la politique de bien-être dans leurs activités respectives. Ils sont conseillés et accompagnés par l'équipe Sécurité, Santé et Environnement qui est composée de conseillers internes en prévention, de coordinateurs environnementaux externes, des médecins du travail du service externe de prévention ainsi que d'autres experts internes et externes. De plus, en 2015, des

« champions du bien-être » ont été désignés dans chaque département pour aider leurs managers à établir et surveiller le plan d'action bien-être. En cas de problèmes psychosociaux au travail, les collaborateurs peuvent faire appel à des personnes internes de confiance ainsi qu'à des conseillers psychosociaux externes afin d'obtenir des conseils personnalisés, se faire aiguiller, mettre en place une médiation et, si nécessaire, procéder à une analyse plus poussée.

- **Initiatives de sensibilisation interne** : Tous les employés sont sensibilisés au bien-être et à l'environnement en général, et aux aspects psychosociaux du travail en particulier. Lancé en 2015, le programme de résilience est un exemple concret de la façon dont les cadres et les employés sont préparés à affronter le stress et l'incertitude en période de changement. D'autres formations sont également organisées autour des thèmes suivants : travail en flux, assertivité, gestion des comportements agressifs, pleine conscience, résolution des problèmes et intelligence émotionnelle. Lorsque cela s'avère nécessaire, les travailleurs se tournent vers un programme d'aide aux employés ou d'autres formes de coaching personnalisé. Les employés administratifs bénéficient également d'un programme de formation sur l'utilisation ergonomique de l'ordinateur. Quant à eux, les techniciens doivent suivre une formation de base en sécurité conformément au standard LSC (liste de contrôle sécurité pour contractants) ainsi qu'une formation spécifique sur les risques liés à leurs activités (p. ex. travail en hauteur ou levage et hissage de charges à très grande hauteur).



FOCUS



Le programme Young Graduate est un programme bisannuel conçu spécifiquement pour les étudiants en master fraîchement diplômés.

En janvier 2015, 15 Young Graduates – dont 8 nouveaux employés et 7 employés existants – ont entamé la

formation. Les jeunes professionnels ont moins de 28 ans et ont tous une expérience professionnelle chez Telenet de moins de 2 ans. Ils sont répartis de manière proportionnelle dans tous les départements de l'entreprise et y opèrent pendant deux ans en tant que membres à part entière. Au cours de cette période, ils suivent plusieurs formations ciblées ayant trait à l'innovation, au leadership et à l'orientation client, entre autres. À travers des sessions de pitching, les participants au programme Young Graduate ont régulièrement l'opportunité de présenter leurs compétences à la Senior Leadership Team.

En 2016, les Young Graduates se sont essentiellement concentrés sur

le thème de l'innovation : ils ont dû transformer une idée innovante en un business case susceptible d'améliorer l'expérience client. L'une de ces idées, à savoir promouvoir la réutilisation des smartphones quasi neufs, va faire l'objet d'un véritable projet.

La première sélection de Young Graduates a achevé sa formation en novembre 2016. 13 Young Graduates ont été officiellement engagés tandis que 2 d'entre eux ont quitté l'entreprise afin de s'orienter vers d'autres opportunités professionnelles. Au printemps 2017, Telenet a sélectionné 20 nouveaux Young Graduates pour le nouveau programme de formation qui débutera en septembre 2017.

Nous encourageons les collaborateurs à prendre eux-mêmes leur développement en main et à ne pas se limiter aux formations traditionnelles. Dans ce cadre, nous appliquons le modèle 70-20-10 :

- 70 % de l'apprentissage par la pratique
- 20 % de l'apprentissage par le coaching et le feed-back
- 10 % de l'apprentissage par des formations et cours formels

Ce troisième volet prend la forme d'une vaste sélection de formations internes et de formations externes dispensées par le Cefora et d'autres partenaires. Lancé en décembre 2016, le portail Learn-it

est un guichet d'apprentissage et de développement qui met à disposition des travailleurs un vaste éventail de programmes de formation :

- pour renforcer leurs compétences individuelles telles que la pleine conscience et la gestion des individus ;
- pour acquérir des compétences professionnelles p. ex. en matière de présentation et de rédaction ou encore des compétences linguistiques ;
- pour améliorer leur connaissance des produits BASE et Telenet, notamment avec le Tip Top Tour.

La plateforme Learn-it propose aussi une vaste bibliothèque de livres numériques.



Démarré en 2015, ce programme a pour but de renforcer la résilience du personnel dans cette période de changement. Il englobe des sessions d'inspiration et de formation pour les cadres et employés et vise à prévenir les problèmes de santé et problèmes psychologiques avec une attention toute particulière portée à la santé personnelle, au stress et au surmenage.

Le programme de résilience est accessible à tous les travailleurs de la nouvelle organisation intégrée et

consiste en une formation d'un jour pour les employés et de deux jours pour les managers. Les principaux sujets abordés sont l'intelligence émotionnelle, la collaboration, la communication interpersonnelle et la gestion du stress.

Pour ce programme, nous appliquons l'approche de développement 70-20-10 en combinant formation théorique, collaboration et apprentissage sur le terrain. Le programme de résilience est largement adopté par les employés et a un impact positif sur leur motivation.



ENGAGEMENT EN FAVEUR DE LA SOCIÉTÉ ET DES COMMUNAUTÉS LOCALES

La numérisation offre d'incroyables possibilités de développement à la société.

En investissant dans nos réseaux fixe et mobile, nous contribuons à bâtir la société de la connaissance de demain. Nous pensons que les individus doivent savoir à quel point le numérique peut jouer un rôle positif dans leur vie.

C'est pourquoi nous **stimulons les enfants et les jeunes à développer leurs compétences numériques** devenues indispensables au 21^e siècle.

C'est pourquoi nous **encourageons l'entrepreneuriat numérique** et donnons un coup de pouce au paysage médiatique flamand.

C'est pourquoi nous souhaitons **inculquer à tous une culture numérique** permettant de tirer le meilleur parti de la technologie, à sa manière et à son rythme. Et avec le sourire.



RETOUR SUR 2016

Investir dans l'innovation numérique ainsi que dans des infrastructures réseau aux performances optimales

L'innovation numérique est capitale pour la prospérité de notre région : elle garantit une amélioration de la qualité de vie, une croissance durable et la création de nouveaux emplois. La Commission européenne entend donc stimuler l'économie numérique afin de générer une augmentation de 5 pour cent du PIB européen et de créer 3,8 millions d'emplois à l'horizon 2020.

D'après une étude récente (2017) réalisée à l'initiative de Liberty Global, les investissements dans des réseaux haut débit ultrarapides procurent d'importantes retombées économiques en faveur de la société. Dans cette étude, Oxera, une entreprise internationale de conseils en économie, affirme que l'économie numérique

se développe sept fois plus vite que les autres. Les réseaux haut débit ultrarapides offrent aux consommateurs une communication de pointe et des services de divertissement. Une connexion haut débit fiable favorise le partage d'informations et l'éducation, et améliore la productivité des entreprises. En Belgique, le retour social moyen sur les investissements effectués dans le réseau Telenet est estimé à 37 pour cent. Ce chiffre se base sur des données collectées de 2013 à 2016.

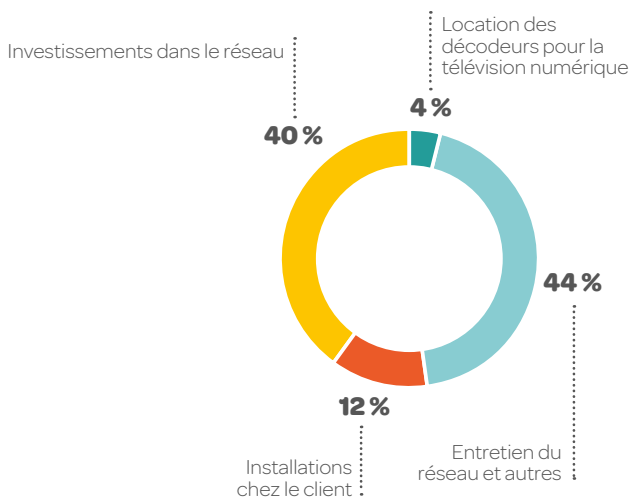
En 2016, l'investissement total s'élevait à 626,8 millions d'euros – soit 25,8 pour cent des produits d'exploitation. L'essentiel de ces investissements a été consacré à la modernisation de notre infrastructure réseau. **Telenet investit 1,5 million d'euros par jour dans ses réseaux fixe et mobile.**

Lancés en 2014, les projets Les Grands Travaux du Réseau et Nexus ont pour but de transformer notre infrastructure réseau fixe en Flandre et à Bruxelles en

un réseau à hautes performances qui permettra à nos clients résidentiels et professionnels de bénéficier d'ici 2019 de connexions Internet ultrarapides avec une bande passante jusqu'à 1 Gbit/s et des volumes de données conséquents. Après l'acquisition de BASE Company, nous avons également décidé d'investir dans la modernisation du réseau mobile BASE sur l'ensemble du territoire belge d'ici 2018. Fin 2016, 500 macrosites avaient déjà été modernisés avec succès tandis qu'en janvier 2017, près de 38 000 clients MVNO de Telenet avaient rejoint notre propre réseau mobile.

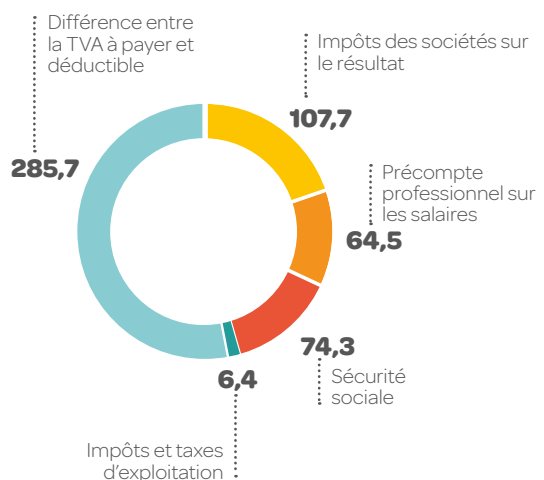
En 2016, notre contribution totale au trésor public s'élevait à 538,6 millions d'euros, soit 110,9 pour cent du bénéfice d'exploitation - la différence entre le chiffre d'affaires d'une part et le coût des marchandises et des frais de vente d'autre part. La contribution totale a augmenté de 22,4 pour cent par rapport à 2015.

Aperçu des investissements - 2016



Contributions au trésor public belge - 2016

en millions d'euros



Investir dans le secteur des médias locaux pour stimuler l'entrepreneuriat créatif

En tant qu'acteur local de l'écosystème médiatique flamand, Telenet donne, depuis de nombreuses années, un sérieux coup de pouce au paysage audiovisuel de Flandre, **contribuant ainsi à l'essor des entrepreneurs créatifs**. Ce faisant, nous soutenons les productions télévisées et les films flamands via STAP, un programme d'investissement de 30 millions d'euros répartis entre 2013 et 2016.

Nous avons également pris une participation de 50 pour cent dans De Vijver Media NV et nous travaillons à la convergence de la télévision et de l'Internet en collaboration avec les chaînes VIER et VIJF.

L'une des productions majeures en 2016 a été 'Chaussée d'Amour', notre première série dramatique flamande produite en collaboration avec la maison de production De Mensen. En octobre 2016, nous avons annoncé une nouvelle collaboration avec la chaîne de télévision VIER, à savoir la série dramatique 'De Dag' produite par FBO et Woestijnvis avec le soutien du VAF/Mediafonds. Ce **nouveau modèle de coopération pour la production de séries de fiction flamandes** garantit une situation où tout le monde est gagnant : les téléspectateurs, Telenet en tant qu'acteur du divertissement flamand, et la chaîne de télévision VIER, qui peut ainsi continuer à produire et proposer des fictions de grande qualité.



Le potentiel numérique : opportunités et défis

Nous vivons une époque passionnante. L'innovation numérique crée de nouvelles opportunités, que ce soit dans la vie privée ou professionnelle. Nous entrevoyons un futur composé de villes intelligentes, de solutions de mobilité plus durables et de services de soins de santé abordables. Nous disposons d'environnements de travail plus flexibles et des expériences de divertissement inoubliables chez soi.

Le développement et l'utilisation des technologies numériques sont incontournables pour la société d'aujourd'hui et de demain.

Cependant, en tant qu'entreprise de premier plan sur le marché belge des télécommunications et du divertissement, nous sommes également conscients des défis que la numérisation implique.

Les trois défis suivants attirent particulièrement notre attention:

1. Le potentiel numérique pour tous

Les **compétences numériques** sont indispensables pour réussir dans l'économie de la connaissance actuelle.

Mais tout le monde n'est pas né avec le numérique. Certaines personnes ne savent pas nécessairement comment remplir une déclaration fiscale en ligne ou transférer de l'argent de manière sécurisée à l'aide d'une application d'e-banking.

Selon le Digital Economy and Society Index (DESI) 2017 de la Commission européenne, la Belgique n'est qu'à la 11e place en ce qui concerne le capital humain et l'acquisition des compétences numériques par la population. D'après une étude récente de la Ligue des Familles (2016), 20 pour cent de la population belge éprouve des difficultés à utiliser Internet, tandis que 50 pour cent de cette même population

est incapable de remplir un formulaire administratif en ligne. Ces **lacunes dans le domaine du numérique** touchent principalement les personnes âgées, les femmes et les personnes socialement défavorisées.

Le Tip Top Tour, un check-up complet et gratuit de l'installation intérieure au domicile des clients Telenet, permet à nos techniciens d'éveiller chez ces personnes un intérêt pour l'utilisation des technologies numériques. Ils leur inculquent les compétences numériques élémentaires en leur enseignant notamment comment utiliser Internet en toute sécurité, comment tirer le meilleur parti de leur télévision numérique et comment utiliser l'application mobile Telenet Yelo. À l'automne 2016, Telenet a également présenté Digibende, un groupe de 20 passionnés de l'univers numérique qui montrent avec humour à des familles, enfants et personnes âgées comment exploiter au mieux les outils numériques.

Dans le même temps, nous devons rendre le consommateur plus conscient des **risques inhérents au numérique**, en particulier en ce qui concerne la vie privée, la protection des données personnelles et la lutte contre la fraude. Il relève de notre responsabilité de prendre les mesures adéquates et, surtout, de protéger les plus vulnérables – comme les enfants – face aux dangers de l'ère numérique.

En 2016, Telenet a rejoint le **consortium belge pour un meilleur internet (B-BICO)** dont la mission est de promouvoir l'éducation aux médias ainsi qu'un Internet plus sûr pour les enfants. Via notre actionnaire principal, Liberty Global, nous sommes également un **Gold Partner du Safer Internet Day annuel**, une campagne de sensibilisation européenne. Afin d'accroître la sécurité des enfants et des jeunes en ligne, nous dotons également nos services de télévision et d'Internet de solutions de contrôle parental.

Dans une **société numérique inclusive, les innovations technologiques doivent être accessibles à tous**. C'est la raison pour laquelle Telenet applique un **tarif social à tous ses produits et services télécoms** (Internet, télévision, téléphonie fixe et mobile) et va plus loin que ce qu'impose la loi belge. Le département Telenet Business propose également – en collaboration avec les autorités flamandes – **SchoolNet+**, une solution commerciale à but social. Avec Schoolnet, les écoles primaires et secondaires ainsi que les bibliothèques

bénéficient d'Internet et de packs de sécurité à un prix très avantageux, à savoir environ 50 pour cent des tarifs standards du marché. L'objectif consiste à fournir aux organisations éducatives une connexion Internet haut débit avec une protection contre les influences volatiles. Tous les services sont gérés et sécurisés par Telenet, qui se charge ainsi de l'ensemble des aspects opérationnels. Les coordinateurs informatiques des écoles peuvent ainsi se concentrer sur leur premier rôle, à savoir permettre aux enseignants d'utiliser efficacement les outils informatiques en classe.

2. Le numérique, un créneau d'avenir

Comme l'indiquent clairement les DESI de 2016 et 2017, la Belgique possède une faible proportion de diplômés en sciences, technologie, ingénierie et mathématiques (STEM : Science, Technology, Engineering and Mathematics). Seuls 14 individus sur 1 000 sont diplômés de la filière technique ou scientifique, avec comme conséquence une pénurie d'informaticiens et potentiellement 30 000 postes non pourvus à l'horizon 2020.

En 2012, les pouvoirs publics flamands ont donc décidé de promouvoir les carrières dans le domaine des mathématiques, des sciences exactes et de la technique par le biais d'un plan d'action STEM. Si l'enseignement joue un rôle majeur à cet égard, les partenaires sociaux, les médias et les entreprises soutiennent également le plan. En novembre 2015, Telenet a signé **la charte STEM**. Nous sommes également membre de **l'Académie STEM**, qui organise principalement des activités STEM extrascolaires.

Dans ce cadre, nous soutenons **CoderDojo Belgium**, une organisation sans but lucratif qui apprend des jeunes âgés de 7 à 18 ans à programmer, à créer des sites web et à développer des jeux et des applis, au sein d'un club.

En plus de renforcer les compétences numériques des jeunes, il est **essentiel de stimuler leur créativité et leur esprit d'entreprise**. Ainsi, nous créons une valeur ajoutée économique et nous contribuons activement à générer une croissance durable sur un marché mondial concurrentiel.

Les start-ups, de plus en plus nombreuses, prouvent qu'il vaut la peine de miser sur l'innovation et la créativité – moyennant une bonne dose d'audace et

d'esprit d'entreprise. Depuis 2014, Telenet stimule l'entrepreneuriat numérique via le **Telenet Kickstart**, un programme d'accélération destiné aux start-ups.

Le chômage des jeunes est un problème majeur dans l'économie numérique, qu'il est difficile d'enrayer. En janvier 2017, le taux de chômage des jeunes atteignait 19,6 pour cent en Flandre, 20 pour cent en Wallonie et 26,5 pour cent à Bruxelles. Le faible niveau d'études constitue un facteur aggravant le risque de chômage à long terme. Cette situation représente néanmoins un potentiel énorme puisque les jeunes ne disposant d'aucun enseignement, d'aucune formation ou sans emploi peuvent être formés, activés et orientés vers des postes, en particulier dans l'univers numérique. C'est pourquoi Telenet a établi un partenariat avec **YouthStart**, un organisme international actif dans toutes les régions de Belgique, afin de libérer le potentiel de ces jeunes chômeurs en améliorant leurs compétences entrepreneuriales.

3. Le juste équilibre numérique

Les technologies numériques permettent aux individus d'être connectés à tout moment, où que ce soit, sur n'importe quel appareil. Le numérique transforme nos vies tant sur le plan privé que professionnel, le plus souvent pour le meilleur. En tant que fournisseur de télécoms et de divertissement, nous ouvrons la voie à un mode de vie numérique et le soutenons grâce à nos solutions de connectivité (mobile) extrêmement performantes. Cependant, nous devons rester conscient des inconvénients de ce mode de vie hyperconnecté.

Il nous incombe d'aider les individus à trouver le juste équilibre : les technologies numériques ne doivent ni porter atteinte aux interactions entre personnes, ni constituer un risque grave pour la vie ou la santé des individus.

C'est dans cette optique qu'à l'été 2016, nous avons lancé la campagne « **Smart phones, smart drivers** » en collaboration avec l'Institut belge pour la Sécurité routière. Cette campagne médiatique avait pour but de sensibiliser les jeunes conducteurs aux risques liés à l'utilisation du smartphone au volant. Une enquête a révélé qu'un cinquième des jeunes conducteurs utilisaient régulièrement leur smartphone en conduisant, augmentant ainsi le risque d'accident de 23 pour cent.

Membre engagé de la communauté locale

Telenet investit dans différents projets sociaux. En 2016, nous avons apporté une contribution financière de l'ordre de 1,2 million d'euros à de bonnes causes et à des initiatives qui soutiennent les communautés locales. Mais nous ne nous limitons pas à un soutien financier : nous promovons et encourageons un engagement actif de la part de nos travailleurs. Nos employés sont profondément ancrés dans la

communauté locale. Ils roulent à vélo et courent ensemble pour la bonne cause, ils recueillent des fonds pour des œuvres caritatives et investissent de leur temps dans les projets sociaux soutenus par Telenet, en tant que coaches ou mentors.

Depuis 2015, chaque collaborateur de Telenet peut prendre un jour de congé payé par an pour effectuer du bénévolat dans le cadre d'un des projets soutenus par Telenet. En 2016, les employés de Telenet ont consacré 2145 heures

à la communauté. En 2017, nous envisageons d'étendre ce programme de volontariat aux anciens employés de BASE Company qui ont rejoint notre organisation en 2016.

Le programme « Give a smile » permet aux collaborateurs de Telenet de placer leur activité annuelle de teambuilding sous le signe d'une bonne cause et nous collaborons, dans ce cadre, avec l'ASBL Time4Society, qui organise des événements d'équipe à dimension sociale sur mesure.



Total des investissements

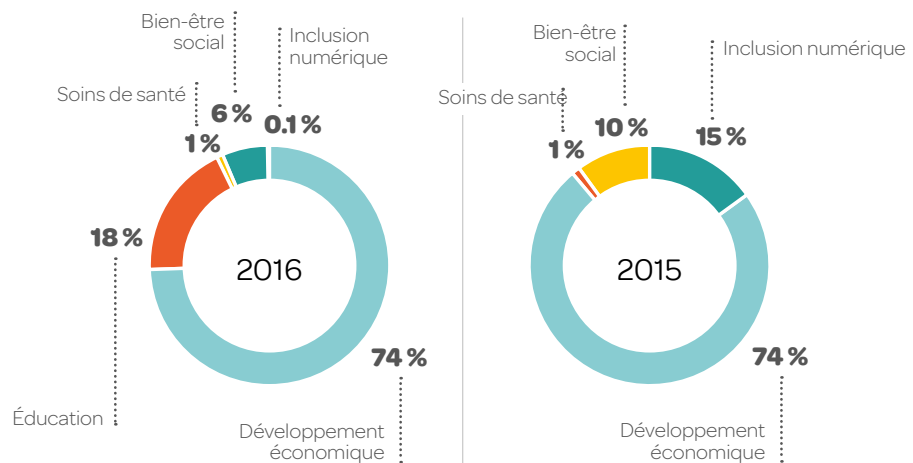
2016

€ 1,226 m

2015

€ 1,351 m

Investissements dans la communauté par type (%)



2016

2145

2015

1915








Heures de bénévolat par les collaborateurs Telenet



EN BREF : PRINCIPAUX ÉVÉNEMENTS ET RÉALISATIONS EN 2016

■ En bonne voie/Clôturé
■ En développement
■ Demande plus d'attention

Focus	Événements et réalisations en 2016	Statut actuel	Prochaines étapes
Investir dans des solutions de connectivité fixe et mobile hautement performantes	Les Grands Travaux du Réseau et Nexus Lancé en 2014, le projet d'optimisation du réseau fixe Les Grands Travaux du Réseau représente un investissement de 500 millions d'euros sur 5 ans. 9,5 millions d'euros supplémentaires sont investis dans le projet Nexus afin de raccorder des zones de PME au réseau fixe. Fin 2016, 36 pour cent des nœuds du réseau fixe avaient été mis à niveau avec succès.		Poursuivre les projets Les Grands Travaux du Réseau et Nexus Notre but est de mettre à niveau 60 pour cent des nœuds du réseau fixe d'ici fin 2017.
	Optimisation du réseau BASE Mobile Comme annoncé après l'acquisition de BASE Company au printemps 2016, nous allons investir 250 millions d'euros dans la modernisation du réseau mobile sur le territoire belge d'ici 2018. En 2016, un peu plus de 500 macrosites ont été modernisés, et 100 nouveaux sites déployés.		Poursuivre l'optimisation du réseau BASE Mobile Notre objectif consiste à moderniser 2 800 macrosites et à déployer 800 à 1000 nouveaux sites mobiles. Ces travaux devraient être en grande partie terminés à la mi-2018.
	Connectivité supérieure En décembre 2016, Telenet a décroché le Speedtest by Ookla Award et a obtenu le titre de fournisseur Internet le plus rapide de Belgique.		
Stimuler l'économie numérique et créative en Belgique	Telenet Kickstart En juin 2016, 4 start-ups ont émergé du programme d'accélération Telenet Kickstart powered by Idealabs. À l'été 2016, nous avons mis un terme à notre collaboration avec l'incubateur anversois Idealabs afin de recentrer notre programme pour start-ups sur 3 domaines d'activité : communauté, accélération et croissance durable. Notre investissement dans la communauté s'est traduit par un partenariat avec Start it@kbc, la communauté de start-ups la plus grande de Belgique.		Élaborer un programme Telenet Kickstart 2.0 Nous continuerons à dynamiser le paysage belge des start-ups. Pour un impact encore plus concret, nous devons diversifier notre approche et faire mieux coïncider nos initiatives avec le cycle de vie des start-ups. Nous devons établir des partenariats durables ainsi que des modèles de coopération dans toutes les régions de Belgique dans trois domaines : Communauté : poursuivre le partenariat avec Start it@kbc et identifier les possibilités de partenariat en Wallonie et à Bruxelles. Accélération : partenariat avec IMEC IStart qui se focalise sur les start-ups dans le secteur des télécoms, des médias et du divertissement. Croissance durable : investissements dans les start-ups, scale-ups et spin-offs prometteuses qui présentent une valeur ajoutée commerciale pour les entités de Telenet.
	Investissements dans le paysage médiatique flamand En mai 2016, Telenet a lancé sa première série dramatique 'Chaussée d'Amour', financée via STAP. En octobre 2016, Telenet a annoncé sa seconde série dramatique 'De Dag' produite par FBO et Woestijnvis avec le soutien du VAF/Mediafonds.		Continuer à investir dans le paysage médiatique flamand Nous continuerons à investir dans du contenu local de qualité en 2017 et après. Une évaluation du programme STAP est prévue, en consultation avec les parties prenantes du secteur des médias et du contenu en Flandre.

Focus	Événements et réalisations en 2016	Statut actuel	Prochaines étapes
<p>Enseigner les compétences du 21^e siècle aux enfants et jeunes adultes via l'entrepreneuriat et des formations autour de l'alphabétisation numérique</p>	<p>CoderDojo Belgium</p> <p>En 2016, 69 dojos ont été organisés sur une base mensuelle par une communauté de 370 coaches bénévoles et enthousiastes. Ils ont permis d'atteindre 20 700 enfants, essentiellement en Flandre et à Bruxelles.</p> <p>Les premières communautés de dojos ont fait leur apparition en Wallonie.</p>		<p>Poursuivre l'initiative CoderDojo Belgium</p> <p>Pour toucher un maximum de jeunes dans toutes les régions de Belgique, nous devons établir des partenariats structurels et investir davantage dans la formation et la communication de manière à renforcer substantiellement la communauté CoderDojo.</p> <p>Tout doit être mis en œuvre pour atteindre les enfants des communautés défavorisées.</p>
	<p>Stimuler l'esprit d'entreprise chez les jeunes</p> <p>Depuis septembre 2016, Telenet est Sponsor Platinum de YouthStart, une organisation mondiale qui stimule l'esprit d'entreprise chez les jeunes belges en quête d'opportunités via le coaching et la formation. Nous lui offrons une aide structurelle pour lui permettre d'organiser jusqu'à 50 sessions de formation pour environ 450 jeunes principalement en Wallonie et à Bruxelles.</p>		<p>Continuer à stimuler l'esprit d'entreprise chez les jeunes</p> <p>Nous allons continuer à honorer nos engagements envers YouthStart et étendre nos efforts d'autonomisation des jeunes à BeCode, un tout nouveau programme de formation dont le but est de cultiver les compétences en développement web et en web design chez des jeunes défavorisés à Bruxelles.</p>
<p>Assurer les compétences de base dans l'alphabétisation numérique pour tous</p>	<p>Le Digibende</p> <p>En octobre 2016, Telenet a présenté le Digibende, 20 férus du numérique qui montent avec humour à des familles, enfants et personnes âgées comment exploiter au mieux les outils numériques. L'une des campagnes clés a été 'Campus Senior' qui mettait en contact des étudiants en quête d'un endroit calme pour étudier avec des seniors. En échange d'une pièce où étudier et d'une tasse de café, les étudiants aidaient les seniors à améliorer leurs compétences numériques.</p>		<p>Evaluer la campagne Digibende</p> <p>Nous réfléchissons à la façon dont nous pouvons faire évoluer la campagne Digibende pour en assurer la continuité. À ce stade, il n'est pas certain que la campagne soit reconduite.</p>
	<p>Sécurité en ligne</p> <p>En 2016, Telenet a signé la charte du consortium belge pour un meilleur internet (B-BICO).</p>		<p>Continuer à cristalliser nos efforts sur la sécurité en ligne</p> <p>Nous allons soutenir activement l'initiative B-BICO. Un plan d'action va être élaboré en coopération avec les différents partenaires.</p>
<p>Promouvoir le bon équilibre numérique</p>	<p>Smart phones, Smart drivers</p> <p>Menée à l'été 2016 en coopération avec l'Institut belge pour la Sécurité routière, cette campagne avait pour but de sensibiliser les plus jeunes aux risques liés à l'utilisation du smartphone au volant.</p> <p>La communication s'est traduite par des spots radio, des publications sur les médias sociaux, la distribution de 20 000 brochures aux organisations de jeunes et un travail de promotion sur 9 festivals dans toute la Belgique. Jusqu'à 20 000 personnes ont visité le site web de la campagne qui proposait des informations utiles ainsi que des trucs et astuces pour utiliser son smartphone en toute sécurité dans la voiture.</p>		<p>Évaluation de la campagne 'Smart phones, Smart drivers'</p> <p>Une évaluation approfondie de la campagne 2016 a montré qu'il fallait impliquer davantage de parties prenantes telles que des organismes publics, des organisations locales et des entreprises de manière à pouvoir garantir un impact réel et concret sur la société. L'Institut belge pour la Sécurité routière examine actuellement la possibilité de former un consortium avec différents acteurs.</p> <p>Une seconde campagne 'Smart phones, Smart drivers' pourrait être étendue à d'autres cibles telles que les 35-45 ans.</p>

FOCUS



TELENET KICKSTART

Telenet n'en est pas à son coup d'essai s'agissant de soutenir les jeunes entrepreneurs du numérique.

Grâce à Telenet Kickstart, notre programme d'accélération destiné aux start-ups, nous aidons les start-ups prometteuses à transformer leur idée innovante en une entreprise viable.

L'initiative a débuté en septembre 2014 lorsque nous avons lancé notre premier programme incubateur en collaboration avec l'accélérateur anversois Idealabs. Ensemble, nous avons aidé 18 start-ups à se lancer dans l'aventure entrepreneuriale. Le programme consistait en deux phases successives de 4 mois. Durant la première phase d'accélération, les équipes de 8 à 10 start-ups se sont efforcées de convertir leur idée innovante en un prototype viable ou Minimum Viable Product (MVP). Au terme d'une session de pitching face à un jury de professionnels, 4 équipes ont pu accéder à la seconde phase du programme, celle de la croissance afin d'affiner leur MVP pour en faire un produit prêt à être lancé sur le marché. Telenet Kickstart a accompagné les start-ups tout au long du processus en leur offrant :

- **l'expertise** – un réseau de mentors expérimentés a coaché les équipes sur les plans fiscal, juridique, psychologique, technique et marketing;
- **le co-working** – le hub d'Idealabs, situé au cœur d'Anvers, a offert une deuxième maison inspirante aux entrepreneurs;
- **le financement** – les équipes ont reçu 25 000 euros de financement initial lors de la phase d'accélération

et ont bénéficié d'un prêt convertible de 50 000 euros durant la phase de croissance.

L'une des étapes majeures du programme 2016 a été le voyage initiatique à New York permettant de découvrir la communauté locale des start-ups et d'identifier les opportunités de croissance potentielles. Le **BeBoldNY-trip** a été organisé conjointement par IMEC iStart, Start it@kbc et Telenet Kickstart en partenariat avec Startups.be, BELCHAM et l'organisme flamand Flanders Investment & Trade.

La seconde édition du programme Telenet Kickstart, powered by idealabs, s'est terminée fin juin 2016. Plusieurs start-ups continuent leur petit bout de chemin avec l'acquisition de leurs premiers clients et des investissements jusqu'à 1 million d'euros par le biais de nouveaux investisseurs.

À l'été 2016, nous avons mis un terme à notre collaboration avec Idealabs et avons réorienté notre programme d'accélération pour start-ups. Pour un impact encore plus concret dans les différentes régions de Belgique et pour soutenir les start-ups pendant tout leur cycle de vie, depuis les débuts jusqu'à une croissance durable, nous avons recentré le programme Telenet Kickstart autour de trois grands piliers :

- **Community - Dynamiser la communauté des start-ups** : grâce à des partenariats structurels avec des incubateurs et accélérateurs belges de premier plan, nous souhaitons offrir aux entrepreneurs qui se lancent (dans le numérique) des services de mentoring et de coaching pour leur apprendre

comment transformer leur idée innovante en une solution modulaire et prête à être commercialisée. Nous organisons également des événements inspirants ainsi que des voyages internationaux destinés aux start-ups. En 2016, cet engagement s'est traduit par un partenariat structurel avec Start it@kbc, la communauté de start-ups la plus grande de Belgique.

- **Accélération - Contribuer à l'accélération des start-ups** : nous souhaitons aider les start-ups, scale-ups et entrepreneurs du numérique à accélérer leur projet. Le partenariat annoncé récemment avec IMEC iStart et le lancement dans le cadre de cette initiative d'une trajectoire spécifique aux télécoms, médias et télécommunications traduisent cet engagement.
- **Sustainable Growth - Promouvoir une croissance durable** : en tant qu'acteur de premier plan dans le secteur des télécoms, des médias et du divertissement, nous souhaitons investir dans des start-ups et scale-ups ayant des répercussions véritablement positives sur nos activités professionnelles. Nous mettons en place des partenariats stratégiques de type gagnant-gagnant en investissant des fonds ou en recourant aux services d'entrepreneurs numériques innovants. En voici les premiers exemples : coopération entre Telenet Play Sports et Fan Arena, un ancien de Telenet Kickstart spécialisé dans les Fantasy League, ainsi que l'implémentation de la solution de visualisation de données Cumul.io au sein de l'organisation Telenet Business.

Telenet investit jusqu'à 1 million d'euros par année civile dans l'accélération des start-ups.





ENGAGEMENT EN FAVEUR DE PRATIQUES D'ENTREPRISE OUVERTES, HONNÊTES ET TRANSPARENTES

En tant qu'acteur belge majeur dans le domaine des télécommunications, des médias et du divertissement, nous entendons **préserver et renforcer la confiance** que nous accordent nos parties prenantes. Nous nous engageons à **exercer nos activités d'une manière honnête, responsable et transparente**. A cette fin, nous respectons les normes les plus strictes en matière de gouvernance d'entreprise et nous nous engageons activement, vis-à-vis de nos parties prenantes, à répondre à leurs attentes quant à notre impact social, économique et environnemental.



RETOUR SUR 2016

1.

LIMITER NOTRE EMPREINTE ÉCOLOGIQUE

Nous avons pour ambition de développer notre entreprise tout en réduisant notre impact sur l'environnement.

En matière d'environnement, nous avons trois grandes priorités :

- réduire nos émissions de carbone ;
- améliorer notre efficacité énergétique ;
- intensifier le recyclage et la récupération des déchets (électroniques).

2016 fut une année de défis.

L'acquisition de BASE Company, avec sa propre infrastructure réseau de téléphonie mobile et ses propres activités opérationnelles couvrant toute la chaîne d'approvisionnement, a mis à l'épreuve l'efficacité de Telenet en matière d'énergie et d'émissions de carbone.

Vu l'impact considérable de l'acquisition de BASE Company sur notre empreinte écologique, nous avons décidé de fixer une nouvelle base de référence pour notre impact environnemental, ceci sur la base des résultats consolidés 2016 de Telenet et BASE Company :

Émissions GHG en tonnes (2016)	Total organisation consolidée Telenet Group Holding SA	Telenet*	Ancienne BASE Company*
Émissions Scope 1	8 928	6 816	2 112
Émissions Scope 2 basées sur le marché	4 766	3 271	1 495
Émissions Scope 2 basées sur la localisation	35 273	18 584	16 689
Émissions Scope 3	3 912	3 613	299
Total des émissions GHG basées sur la localisation	48 114	29 013	19 101
Total des émissions GHG basées sur le marché	17 606	13 699	3 907
Crédits carbone (Bos+)	0	8 627	0
Émissions GHG restantes basées sur le marché	17 606	5 072	3 907

* Les chiffres indiqués pour Telenet et l'ancienne BASE Company sont des estimations.

La récente acquisition de SFR, approuvée le 13 juin 2017 par l’Autorité belge de la Concurrence, entraînera une nouvelle extension de nos infrastructures réseau et de nos activités dans certaines parties de Bruxelles, de la Wallonie et du Grand-Duché de Luxembourg. Cela aura également un impact sur notre empreinte écologique.

C’est la raison pour laquelle, à ce stade, nous n’avons pas encore fixé de nouveaux objectifs pour 2020 en ce qui concerne l’efficacité énergétique et la réduction des émissions de carbone. Dans les mois à venir, nos équipes feront une évaluation de l’infrastructure réseau et des processus opérationnels de SFR et rassembleront toutes les données qui nous permettront d’affiner la base de référence pour l’impact environnemental et de définir de nouveaux objectifs sur le plan de l’efficacité énergétique.

Afin de réduire notre empreinte écologique, nous investissons également dans **une initiative de compensation carbone**. Depuis 2011, Telenet est engagé dans un partenariat structurel avec Bos+, une organisation écologique dédiée à l’amélioration et au développement des forêts en Flandre et dans le monde. En collaboration avec des ONG locales, Bos+ travaille



sur un projet de reboisement durable en Équateur. Depuis le début du projet en 2011, 383 095 arbres indigènes ont été plantés, ce qui représente un reboisement de 517 hectares ainsi qu’un piégeage et un stockage du carbone accumulés estimés à 8 627 tonnes en 2016. Ces résultats en termes de compensation carbone s’appliquent uniquement à l’émission carbone de Telenet, et pas aux émissions générées par les activités de l’ancienne BASE Company. Les avantages de cette initiative de gestion forestière écologique vont bien au-delà du stockage du carbone. La forêt fait renaître la faune et la flore locales tout en apportant de l’ombre, de l’air pur et de la nourriture. La culture des arbres, le reboisement et la gestion forestière sont aussi pourvoyeurs d’emplois et assurent la mise au travail de dizaines de résidents locaux.

En 2016, le plan d’action Climat de Telenet a été examiné par le Carbon Disclosure Project (CDP).

Avec un score B- (‘Management’), Telenet est reconnue pour son action coordonnée sur les questions de changement climatique. Telenet obtient des scores supérieurs aux ‘Industry Activity Group Average’ et ‘CDP Program Average (C-, ‘Awareness’)’. Dans son rapport d’évaluation, CDP met en exergue nos bonnes performances sur le plan de la gouvernance et de la gestion des émissions. Parmi les principaux points à améliorer, CDP suggère notamment une approche plus proactive de la gestion des risques et des opportunités, ainsi qu’une vérification par un tiers des données d’émissions ‘Scope 1-2-3’.



NOS PRINCIPALES INITIATIVES EN MATIÈRE D'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

Pour accroître notre efficacité énergétique, nous allons continuer à déployer des actions appropriées dans les domaines suivants :

- **Consommation d'électricité dans nos bâtiments et dans les bâtiments loués.** Telenet utilise 100 pour cent d'énergie verte dans ses propres bâtiments, y compris les installations de Hostbasket, Belcompany et Interkabel. Nous optons pour les sources d'énergie renouvelable, comme les panneaux solaires. Nos bâtiments loués – y compris les bureaux de l'ancienne BASE Company à Woluwe – ne consomment pas tous de l'électricité verte. En 2016, la part d'électricité grise était de 8 pour cent. Dans les années à venir, nous nous efforcerons de convertir autant que possible cette électricité grise en énergie verte, en concertation avec les propriétaires des bâtiments loués.

- **Efficacité énergétique de nos infrastructures réseau.** Nous réalisons d'importantes économies en modernisant nos réseaux et en remplaçant l'ancien matériel par des appareils plus efficaces. L'efficacité énergétique – Power Usage Efficiency (PUE) – des 51 stations techniques du réseau fixe Telenet et des centres de données Telenet et BASE est constamment mesurée pour permettre un ajustement et une optimisation rapides des systèmes et des processus.

- **Efficacité énergétique des centres de données.** Telenet respecte le Code de conduite européen sur l'efficacité énergétique des centres de données. Au-delà de l'électricité consommée par les réseaux fixe et mobile, les centres de données sont en effet responsables d'une part importante de notre consommation totale d'électricité. Afin d'améliorer les valeurs 'Power Usage Efficiency', nous

investissons dans la technologie LED, la pulsion en alternance pour les armoires climatisées et des turbocompresseurs pour les groupes de refroidissement. Nous remplaçons également les anciens dispositifs de refroidissement et nous augmentons l'utilisation de la grappe de serveurs.

- **Mobilité et transport.** Nous incitons nos collaborateurs à opter pour des solutions de mobilité responsables :

- o **Véhicules propres** – Les émissions de CO₂ moyennes de toutes les voitures particulières en 2016 s'élevaient à 110 g/km, tandis que les émissions de CO₂ moyennes des voitures particulières nouvellement mises en service étaient de 106 g/km.

- o **Alternatives aux voitures de société** – Les collaborateurs Telenet peuvent combiner leur voiture de société avec un abonnement de train ou opter pour une voiture de leasing plus petite qui émet moins de CO₂ avec une compensation pour le budget non utilisé. Ils peuvent également renoncer à leur voiture de société en échange d'une compensation. En ce qui concerne les collaborateurs de l'ancienne BASE Company, ils peuvent opter pour un abonnement de transports en commun au lieu d'une voiture de société. Dans les bureaux Telenet à Malines, les navetteurs qui prennent le train peuvent utiliser des vélos de location provenant de l'atelier protégé 't Atelier.



- **Réduction des déchets.** Nous prenons diverses mesures dans ce domaine :
 - **Réutilisation du matériel** – Les décodeurs et les modems Telenet sont en grande partie recyclés. Telenet collabore avec l'atelier protégé IMSIR à Boom pour une solution de logistique inverse. Le matériel usagé de BASE est recyclé via Amtrust. Les anciens PC et équipements informatiques de Telenet se voient offrir une nouvelle vie grâce à une coopération avec l'asbl Close The Gap, tandis que les anciens équipements de BASE sont remis à neuf via Pro Used Computers (PUC). En 2016, 1,1 % des consommateurs ayant acheté un nouveau GSM dans un point de vente Telenet ou BASE ont ramené leur ancien appareil. Certains de ces appareils mobiles sont retraités en appareils de seconde main.
 - **Traitement correct des déchets** – Avant tout, nous essayons d'éviter autant que possible les déchets en encourageant l'usage raisonné du papier dans nos bureaux et en adoptant des solutions d'emballage intelligentes et écologiques, ce qui nous permet d'économiser pas moins de 285 tonnes de papier et 600 tonnes de CO₂ chaque année. Nous optons en outre pour des solutions d'administration numériques.

En 2016, la comptabilité fournisseurs de Telenet a traité 67 500 factures (87 pour cent du total) par voie numérique, ce qui représente une énorme économie de papier. En ce qui concerne BASE, 22 000 factures ont été traitées par voie numérique en 2016 (70 pour cent du total). Depuis 2013, Telenet utilise les chèques repas électroniques et en 2016, 1 950 collaborateurs ont choisi de recevoir leur fiche de paie par voie électronique. Parmi les collaborateurs de l'ancienne BASE Company, 509 ont fait ce choix. Enfin, 56 pour cent des clients Telenet et 70 pour cent des clients BASE ont opté pour la facture électronique en 2016.

Lorsque les déchets sont inévitables, nous mettons tout en œuvre pour les traiter correctement. En principe, les déchets que nous générons nous-mêmes sont recyclés ou éliminés via un processus de récupération d'énergie (par exemple l'incinération). Pour le traitement de ses déchets journaliers (provenant p. ex. des bureaux et des magasins), Telenet travaille principalement avec SUEZ et Bruxelles-Énergie. Les déchets électroniques sont traités séparément. SIMS Recycling Solutions traite les déchets électriques et électroniques en faisant en sorte que 95 pour cent des matériaux

récupérés soient transformés en matières premières réutilisables ou en énergie. Les déchets du réseau BASE sont traités par les sociétés Timeline et CDPI.

En matière de déversements, il n'y a pas eu de nouveaux incidents en 2016, mais deux incidents du passé dans les bureaux de Telenet à Malines ont été réglés ou suivis. L'arrosage continu suite à une fuite de carburant constatée en 2012 s'est poursuivi et s'achèvera en 2017. En décembre 2015, lors de travaux de construction, une fuite historique a été identifiée au niveau de deux cuves souterraines situées sur le parking. Ces cuves datent de l'époque où les terrains de Telenet étaient encore utilisés à des fins militaires. Les cuves ont été évacuées et une étude a été réalisée pour analyser la qualité du sol et de la nappe phréatique. Le dossier a été clôturé en 2016 avec l'approbation des autorités.

Pour le traitement correct des déchets chez le client, Telenet est affiliée à diverses organisations agréées par les pouvoirs publics. Une contribution est versée à Recupel et Bebat à chaque achat d'un produit Telenet ou BASE. Pour les autres flux de déchets, notamment les emballages et les publicités imprimées, nous versons une cotisation annuelle à Fost Plus, Val-i-Pac et l'ASBL Fonds d'intervention vieux papier.



FOCUS

TELENET ET IMSIR, LA LOGISTIQUE INVERSE SUR MESURE



Telenet recycle chaque année un peu plus de 220 000 décodeurs et modems que les clients résidentiels ramènent dans les Telenet Centers ou que les techniciens de Telenet remplacent. Nous avons donc cherché une solution de logistique inverse durable et rentable à dimension sociale, qui permettrait de réduire considérablement les déchets.

Depuis 2007, nous travaillons avec l'atelier protégé IMSIR, à Boom, qui offre des possibilités d'emploi à des personnes qui n'ont qu'un accès limité au marché du travail. Les 60 travailleurs d'IMSIR appliquent une procédure structurée : les marchandises réceptionnées sont déballées, comptées et triées. Les appareils sont ensuite testés sur des bancs d'essai modernes. L'équipe d'IMSIR nettoie les décodeurs et modems qui sont toujours en état de marche et les dote d'un nouvel emballage. Ils sont alors prêts à être réutilisés. Les appareils qui ne fonctionnent plus correctement sont recyclés. Ce processus de logistique inverse respecte des procédures et

des normes de qualité strictes. Fin 2011, IMSIR s'est vu attribuer le certificat de qualité ISO9001 pour ce processus.

Le partenariat durable entre Telenet et IMSIR contribue chaque année à préserver l'environnement. Le recyclage et la revalorisation des décodeurs et modems usagés ont permis d'éviter plus de 329 tonnes de déchets en 2016. La collaboration avec IMSIR fournit également un emploi à plus de 60 personnes qui ont un accès limité au marché du travail. Enfin, ce projet offre des perspectives à des dizaines

de stagiaires issus de l'enseignement spécial ainsi que des possibilités de stage aux demandeurs d'emploi désireux de se réorienter sur le marché du travail.

Telenet et IMSIR ne cessent de renforcer leur collaboration dans le domaine de la logistique inverse. L'achat d'un matériel de test spécial pour modems est en cours et les nouveaux équipements seront installés dans les ateliers IMSIR au cours de l'année 2017.



2.

ASSURER UNE GESTION RESPONSABLE DE LA CHAÎNE LOGISTIQUE

Les produits et services que nous achetons à nos fournisseurs ont un impact éthique, écologique et social identique à celui de nos propres produits et services.

Nous récompensons les fournisseurs qui s'efforcent d'entreprendre de manière durable et nous encourageons les autres à s'améliorer sur ce point. Cette ambition est profondément intégrée dans notre processus d'achat.

Pour chacune de leurs offres de prix, nos fournisseurs doivent communiquer des informations concernant :

- leur politique sociale sur le lieu de travail ;
- le respect de la législation et des règles en matière de travail des enfants ;
- leur engagement en faveur d'un transport efficace ;
- les efforts consentis par l'entreprise sur le plan environnemental.

Lors de la sélection d'un fournisseur, ces critères ont une pondération relativement élevée, en marge du prix et de la qualité des biens ou services à fournir.

Une fois le contrat conclu, nous y intégrons très précisément les spécifications environnementales et de sécurité : directives relatives à l'équipement et aux matières premières, spécifications concernant la consommation énergétique, l'emballage, les déchets et le recyclage. En outre, tous les fournisseurs s'engagent à respecter notre Code de conduite et notre politique anticorruption. Ce faisant, ils déclarent officiellement qu'il n'existe aucun conflit d'intérêts entre les fournisseurs et leurs représentants, d'une part, et Telenet et les personnes liées à Telenet, d'autre part.

Le Code de conduite traite des thèmes suivants :

- les normes environnementales pour les activités, les produits et les services du fournisseur ;
- les droits fondamentaux de l'homme (comme l'interdiction du travail forcé et du travail des enfants) ;
- les conditions de travail (comme les horaires et le régime de licenciement) ;
- la santé et la sécurité au travail ;
- l'éthique de l'entreprise (comme la lutte contre la corruption) ;

Les fournisseurs s'engagent aussi à respecter **les Principes de gestion responsable des achats et de la chaîne logistique de notre société mère Liberty Global**. Ces principes énoncent des normes de travail internationales, dont les conventions fondamentales de l'Organisation internationale du Travail et la Convention des Nations-Unies sur les droits de l'homme, la corruption, la santé, la sécurité et l'environnement.

LA POLITIQUE DES FOURNISSEURS DE TELENET

- exige de ses fournisseurs et sous-traitants qu'ils respectent les dispositions fondamentales de la convention de l'OIT relative à l'interdiction du travail des enfants, du travail forcé, de la discrimination et de la liberté d'association.
- couvre d'autres normes de travail, dont la santé et la sécurité, les horaires, la rémunération.
- est publique.
- est intégrée dans son processus d'achat.

MAINTIEN DE LA POLITIQUE TELENET

- communique sa politique à ses fournisseurs partout dans le monde – tous les contrats de fournisseur renferment une clause relative aux normes de travail.
- vérifie que les fournisseurs respectent sa politique.
- réalise des audits auprès de ses fournisseurs dans le cadre du respect de sa politique – Telenet contrôlera régulièrement la chaîne d'approvisionnement et effectuera un audit formel en cas de suspicion de violation.
- établit des procédures en cas de manquement à la politique – Telenet aidera les fournisseurs à prendre des mesures correctrices si la politique n'est pas respectée.

Nous incitons constamment nos fournisseurs à accroître leur durabilité à travers diverses initiatives :

- rédaction d'un manuel du fournisseur remis à chaque nouveau fournisseur ;
- création d'un manuel de qualité en collaboration avec le partenaire de l'entrepôt ;
- organisation d'une 'journée des entrepreneurs' annuelle qui récompense le meilleur entrepreneur ;
- formation des nouveaux collaborateurs des entreprises d'installation en ce qui concerne la satisfaction des clients et les aspects techniques, y compris l'intégration d'une clause bonus/malus dans le contrat avec les fournisseurs critiques.

Pour assurer une gestion efficace de notre chaîne d'approvisionnement, nous avons établi formellement un processus pour l'identification des fournisseurs critiques en utilisant la **matrice de Kraljic** pour classifier les 4 principales catégories : produits à effet de levier (15 pour cent des fournisseurs), produits stratégiques (5 pour cent des fournisseurs), produits de

goulet d'étranglement (5 pour cent des fournisseurs) et produits non critiques (75 pour cent des fournisseurs).

Depuis 2013, Telenet applique aussi – conjointement avec son actionnaire principal Liberty Global – la scorecard dynamique d'**EcoVadis** pour mesurer les risques éthiques, écologiques et sociaux de ses fournisseurs. Celle-ci évalue la performance RSE des entreprises sur la base de 21 indicateurs, regroupés autour de 4 thèmes : les risques environnementaux, les risques sociaux (conditions de travail et droits de l'homme), les risques éthiques et les risques liés au fournisseur. Sur cette base, chaque entreprise obtient un score de 1 à 100. Ce système nous permet d'établir un référentiel et de comparer les performances de nos fournisseurs.

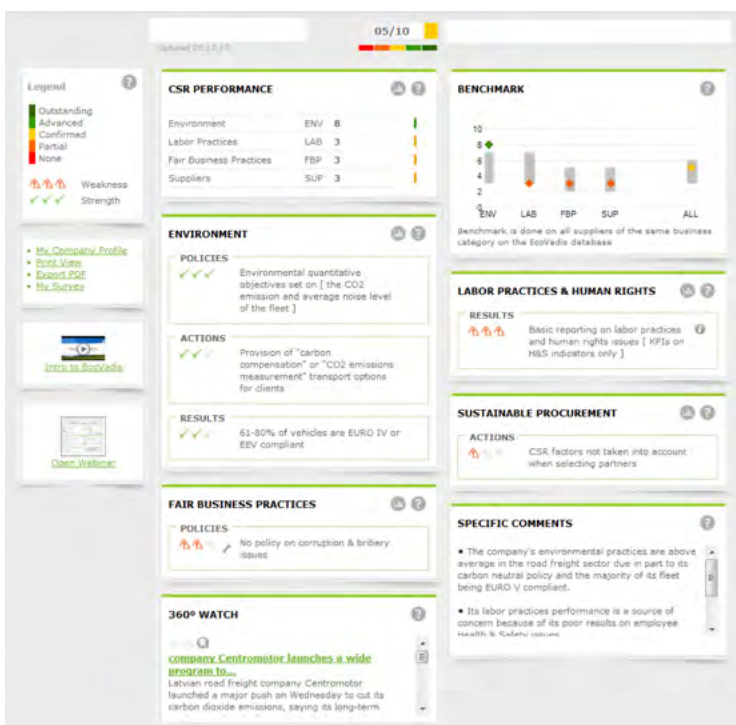
Nous contrôlons nos fournisseurs régulièrement et en cas de suspicion d'abus, nous procédons à un audit formel. Si les principes RSE ne sont pas respectés, nous aidons d'abord le fournisseur à prendre des mesures correctrices. Si nous ne parvenons pas à un accord acceptable quant au plan de redressement, nous mettons un terme à la relation.

En 2016, une analyse des risques a été menée pour 94 fournisseurs de Liberty Global, dont 46 fournissent directement à Telenet. Tous les fournisseurs de Telenet analysés ont obtenu un score moyen à bon quant à l'engagement RSE. Aucun fournisseur de Telenet n'a été classé dans la catégorie à haut risque.

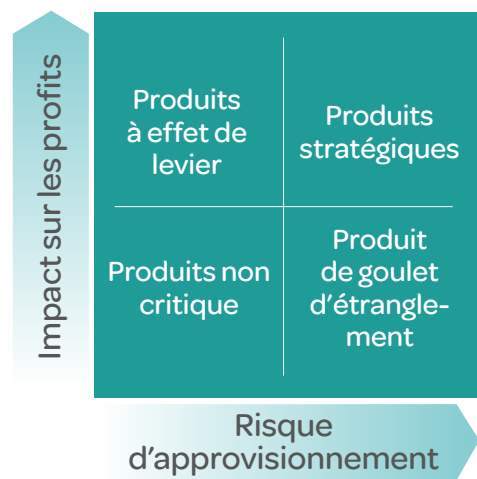
Telenet est elle-même un important fournisseur pour de grandes entreprises.

En août 2016, nous avons été sollicités par Nestlé pour répondre à leur évaluation EcoVadis afin de mesurer nos performances en matière de durabilité sur le plan environnemental et social et sur les questions de gouvernance.

Telenet a conservé son **rating Gold EcoVadis CSR** et a légèrement amélioré son score global au terme de l'évaluation EcoVadis, passant de 63 points en 2014 à 64 points. Nous obtenons de bonnes notes dans le domaine du travail, des pratiques commerciales équitables et des achats durables, mais nous accusons un retard en matière d'environnement. Les principaux risques environnementaux identifiés par EcoVadis sont l'absence de certification et d'une politique formelle, une conclusion assez similaire à celle de l'évaluation environnementale CDP de 2016. Avec ces scores, les résultats de l'évaluation de Telenet sont confirmés pour Nestlé pour une période de trois ans. Le score EcoVadis 2016 a également été partagé avec la banque belge KBC, qui a aussi sollicité Telenet en automne 2016 pour une évaluation fournisseur.



Exemple Scorecard d'EcoVadis



La matrice de Kraljic

3.

ASSURER UNE BONNE GESTION D'ENTREPRISE EN TOUTE TRANSPARENCE

Nous nous engageons, chez Telenet, à exercer nos activités d'une manière honnête, intègre et respectueuse.

Dans cette optique, nous **souscrivons à une série de codes de conduite internes et de chartes, initiatives et principes externes en matière économique et environnementale.**

Nous veillons au **respect des droits de l'homme** tout au long de notre chaîne de valeur en fixant les normes les plus élevées pour nos collaborateurs, nos clients et nos fournisseurs.

Dans ce cadre, nous appliquons les principes du **Pacte Mondial des Nations Unies (United Nations Global Compact)** pour orienter notre stratégie et notre culture d'entreprise et mener nos activités quotidiennes d'une manière durable. En 2011, nous avons officialisé notre engagement envers ces dix principes en matière de droits de l'homme, d'environnement et de lutte contre la corruption. Nous publions annuellement les progrès enregistrés sur ces principes, comme le montre le tableau à la page 67 du présent rapport.

Telenet est un membre actif de la Commission des droits de l'enfant et des pratiques d'entreprise du Pacte Mondial des Nations Unies (UN Global Compact Children Rights and Business Practices Commission). En 2015, nous avons aussi adopté les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies, 17 objectifs reconnus internationalement pour le développement d'une société et d'une économie plus durables. La manière dont Telenet s'engage par rapport à ces objectifs est décrite à la page 66 du présent rapport.

Pour garantir l'intégrité de nos activités, nous sommes convaincus que nous devons satisfaire aux normes les plus élevées en matière de gouvernance d'entreprise. C'est pourquoi nous régissons tous les aspects de nos activités avec plusieurs **codes de**

conduite internes et externes, comme expliqué ci-dessous.

Notre **Code de conduite** a été approuvé par le comité de direction, les cadres supérieurs et tous les collaborateurs assumant une fonction de confiance. Il comprend une série de principes de politique d'entreprise et couvre des thèmes tels que l'égalité des chances, la concurrence loyale et la lutte contre la corruption, la confidentialité des informations et la protection de la vie privée, la bonne comptabilité, les conflits d'intérêts, le délit d'initié et l'intégrité professionnelle, la protection de la sécurité, de la santé et de l'environnement ainsi que les règles concernant les lanceurs d'alerte. En 2016, aucune atteinte à la concurrence loyale et aux pratiques monopolistiques n'a été constatée.

En outre, des **codes de conduite particuliers concernant la (lutte contre la) corruption, la concurrence et la vie privée** s'appliquent à l'ensemble du personnel. Les collaborateurs de Telenet sont régulièrement informés de ces codes de conduite par le biais de formations et de séances d'information. Les infractions peuvent être signalées de manière anonyme. En 2016, pour la neuvième année consécutive, aucune infraction n'a été rapportée.

Toutes les plaintes sont traitées par le Compliance Officer de la société et le président du comité d'audit. Le respect des codes de conduite est, en outre, régulièrement contrôlé via des Entity Level Controls (ELC) et des IT General Controls (ITGC). Ces contrôles sont audités chaque année par l'actionnaire principal Liberty Global et l'auditeur (KMPG).

La **Corporate Governance Charter** ou **Charte de gouvernance d'entreprise** synthétise les règles et les principes qui régissent la gouvernance d'entreprise de

la société. La charte est disponible sur [le site des relations investisseurs de Telenet](#).

La **politique anticorruption** de Telenet s'aligne sur les dispositions internationales, la législation belge et la politique de Liberty Global. Elle a été approuvée par le conseil d'administration et le comité d'audit et a été largement diffusée auprès des collaborateurs et agents, des entrepreneurs et des fournisseurs. La politique est illustrée à l'aide d'exemples concrets et de directives pratiques. Elle interdit de donner et d'accepter des pots-de-vin, elle limite l'offre et la réception de cadeaux, elle incite à respecter la législation et la réglementation et elle oblige à la transparence en matière de dons politiques. Telenet n'a versé aucune somme à des mouvements politiques en 2016. L'entreprise a investi 1,9 million d'euros dans des activités de lobbying (ce montant inclut les salaires, les frais administratifs et les contributions en matière de sponsoring).

Début 2017, Telenet a fait l'objet d'un débat public sur la nature et le rôle de son conseil consultatif.

Créé initialement en 2007, le conseil consultatif avait pour but de garantir l'implication des intercommunales mixtes après que ces entités avaient vendu la majorité de leurs parts dans Telenet.

En 2011, le rôle du conseil consultatif a été redéfini, à savoir conseiller la direction de Telenet sur les défis socio-économiques, politiques et médiatiques que rencontre la société. Les membres du conseil consultatif – également actifs, pour la plupart, sur la scène politique belge – s'étaient engagés à s'abstenir de prodiguer des conseils sur des questions dans lesquelles ils étaient activement impliqués dans le cadre de leur mandat politique. Depuis 2015, le conseil

consultatif avait évolué, dans les faits, vers des contacts bilatéraux entre ses membres et la direction de Telenet.

Nous nous engageons pleinement à être une entreprise responsable qui prend en compte l'impact de ses activités et de ses décisions sur la société dans laquelle elle opère.

Nous continuerons à nous engager auprès de sociétés et organisations partenaires – y compris des autorités publiques – à travers la consultation et le dialogue. Dans cette optique, nous avons établi [une charte sur le dialogue avec les parties prenantes](#) qui contient un certain nombre de principes et qui nous permettra de développer, d'une manière ouverte et transparente, des relations de confiance avec nos parties prenantes.

Telenet applique en outre des **codes de conduite spécifiques en matière d'efficacité énergétique**. Nous adhérons ainsi au Code de conduite européen sur l'efficacité énergétique des centres de données.

Les **normes éthiques** élevées que s'impose Telenet s'appliquent aussi à ses **annonces et campagnes publicitaires**. Telenet agit dans le respect des règles du JEP – le Jury d'Éthique Publicitaire. Le JEP est un organe d'autorégulation du secteur publicitaire en Belgique et veille à l'exactitude et à l'intégrité des messages publicitaires. Les décisions du JEP ont une valeur consultative. Ces avis sont publiés sur le site web du JEP. Telenet suit ces recommandations dans la mesure du possible. En 2016, deux

infractions aux pratiques publicitaires éthiques ont été signalées pour Telenet, mais elles n'ont pas été reconnues comme telles par le JEP. En ce qui concerne les pratiques publicitaires de BASE, une infraction a été reçue et reconnue par le JEP. Il a été décidé de mettre fin au spot publicitaire en question et l'annonce correspondante sur Instagram a été rectifiée.

Enfin, Telenet est membre de **l'AAPA – l'alliance audiovisuelle antipiratage (Audiovisual AntiPiracy Alliance)** – via son actionnaire principal Liberty Global. L'AAPA représente les grands acteurs européens dans le secteur de la télévision et des télécommunications numériques.

LA LIBERTÉ D'EXPRESSION: MAXIMALE, MAIS PAS ABSOLUE

En notre qualité de fournisseur internet de premier plan, nous sommes investis d'une responsabilité sociétale particulière en matière de liberté d'expression. Notre principe général est que nous ne la limitons en aucune manière, sauf si une autorité compétente nous en fait la demande.

Conjointement avec d'autres opérateurs internet belges, nous avons signé un protocole avec la Commission des jeux de hasard de Belgique, dans le cadre duquel nous prenons des mesures, en collaboration avec la Federal and Regional Computer Crime Unit, contre les sites web qui proposent des jeux de hasard illégaux. La justice peut, par ailleurs, nous obliger à bloquer des sites web qui violent les droits d'auteur ou diffusent un contenu pornographique illégal.

Enfin, nous sommes un membre éminent de l'association belge des fournisseurs de services internet (ISPA) et nous suivons leur code de conduite – main dans la main avec Child Focus – afin de prévenir et de lutter contre la maltraitance des enfants via des applications de discussion et des sites web.

LE CODE ÉTHIQUE DE TELENET POUR LES ANNONCES ET LES ACTIVÉS PROMOTIONNELLES

Les annonces publicitaires de Telenet doivent présenter les produits et services d'une manière honnête et exacte, dans le respect des lois et des prescriptions de marketing y afférentes. Animé par ses quatre valeurs clés – communication, attention, confort et audace –, Telenet ne se limite pas à diffuser des annonces honnêtes et exactes comme l'impose la loi. Ces valeurs contribuent dans une large mesure à notre bonne réputation auprès de nos parties prenantes. Les allégations contenues dans les annonces publicitaires et autres déclarations adressées aux clients doivent être honnêtes et raisonnables. Elles nécessitent, par ailleurs, d'être confirmées avant publication ou diffusion. Cette exigence s'applique à toutes les annonces dans tous les types de médias ainsi qu'aux présentations orales et aux discussions informelles qui traitent de nos produits ou services de manière objective, factuelle ou quantifiable.

Enfin, les fournisseurs tels que bureaux d'études ou agences (numériques) de marketing se préoccupent eux aussi de la protection de la vie privée et des données à caractère personnel lorsqu'ils collectent, utilisent et conservent des informations sur les clients.



EN BREF : PRINCIPAUX ÉVÉNEMENTS ET RÉALISATIONS EN 2016

■ En bonne voie/Clôturé
■ En développement
■ Demande plus d'attention

Focus	Événements et réalisations en 2016	Statut actuel	Prochaines étapes
Limiter notre empreinte écologique	Émissions énergie & carbone - résultats 2016 En 2016, la consommation d'énergie et les émissions de carbone de Telenet ont augmenté en raison de l'augmentation de la demande de données et de services numériques et de l'acquisition de BASE Company. Nos émissions consolidées de carbone liées au marché ont atteint 17 606 tonnes d'équivalents CO ₂ , une nouvelle base de référence.	■	Base de référence énergie & carbone et objectifs 2020 L'acquisition de SFR, approuvée en juin 2017, engendre une nouvelle extension de nos infrastructures réseau et de nos activités, entraînant potentiellement une augmentation de l'impact environnemental. En 2017, nous ferons une évaluation détaillée des infrastructures et activités de SFR et nous affinerons notre base de référence consolidée. Ceci devrait nous permettre de fixer de nouveaux objectifs environnementaux pour 2020.
	Recyclage et récupération des déchets (électroniques) - résultats 2016 Résultat consolidé du recyclage et de la récupération des déchets (électroniques) de Telenet : 44,6 pour cent de remise à neuf d'équipements utilisateur collectés et 100 pour cent de recyclage de déchets dangereux, une nouvelle base de référence.	■	Base de référence pour les déchets (électroniques) et objectifs 2020 En 2017, nous allons encore affiner notre base de référence consolidée en tenant compte de la récente acquisition de SFR. Ceci devrait nous permettre de fixer de nouveaux objectifs environnementaux pour 2020.
	La réponse de Telenet à la demande d'informations du CDP Climate Change en 2016 Telenet a atteint un score B- ('Management'), ce qui est supérieur aux normes 'Industry Activity Group Average' et 'CDP Program Average'. Nous affichons de solides performances pour la gouvernance et la gestion des émissions. Parmi les principaux points à améliorer, CDP suggère notamment une approche plus proactive de la gestion des risques et des opportunités, ainsi qu'une vérification par un tiers des données d'émissions 'Scope 1-2-3'.	■	Continuer le Reporting CDP Climate Change À partir de 2017, Telenet remettra un rapport sur son Plan d'Action Climat dans le cadre d'une soumission CDP consolidée avec Liberty Global.
	Logistique inverse IMSIR En 2016, Telenet a évité plus de 329 tonnes de déchets par le recyclage et la revalorisation des décodeurs et modems usagés via l'entreprise sociale IMSIR. Cette solution de logistique inverse a permis de créer 60 emplois pour des personnes ayant un accès limité au marché du travail.	■	Poursuite de la coopération avec IMSIR pour la logistique inverse La coopération sera étendue grâce à l'installation d'équipements de test pour modems supplémentaires à l'atelier IMSIR.

Focus	Événements et réalisations en 2016	Statut actuel	Prochaines étapes
Assurer une gestion responsable de la chaîne logistique	<p>Analyse des risques EcoVadis des fournisseurs Telenet</p> <p>In 2016, 46 fournisseurs Telenet ont été soumis à une analyse des risques EcoVadis.</p> <p>Tous les fournisseurs de Telenet analysés ont obtenu un score moyen à bon quant à l'engagement RSE. Aucun fournisseur de Telenet n'a été classé dans la catégorie à haut risque.</p>		<p>Poursuivre l'analyse des risques EcoVadis</p> <p>En 2017, Liberty Global prévoit d'évaluer 100 fournisseurs au total, dont des fournisseurs de Telenet, à l'aide de la scorecard dynamique d'EcoVadis.</p> <p>Dans le cadre du processus d'intégration, cette évaluation sera également étendue aux fournisseurs de l'ancienne BASE Company.</p>
	<p>Évaluation EcoVadis de Telenet</p> <p>Telenet a conservé son rating Gold EcoVadis CSR avec un score de 64 points. Telenet obtient de bonnes notes dans le domaine du travail, des pratiques commerciales équitables et des achats durables, mais accuse un retard en matière d'environnement.</p>		<p>Le Gold EcoVadis CSR Rating obtenu par Telenet en 2016 est confirmé pour une période de trois ans.</p>
Assurer une bonne gestion d'entreprise en toute transparence	<p>Objectifs de Développement Durable des Nations Unies</p> <p>Fin 2015, Telenet a formalisé son engagement envers les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies. En octobre 2016, Telenet a également signé la 'Charte belge des ODD' rédigée par la plateforme de développement durable belge The Shift.</p>		<p>Poursuivre notre engagement envers les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies</p> <p>(un aperçu figure à la page 66 du présent rapport)</p> <p>En février 2017, Telenet a signé la charte d'engagement 'Decent Work for all' rédigée par la plateforme de développement durable belge The Shift.</p>
	<p>Politique de dialogue avec les parties prenantes</p> <p>Telenet s'engage activement dans un dialogue ouvert avec ses principales parties prenantes afin de recueillir leurs avis et leurs idées, de prendre en compte leurs points de vue, de renforcer notre légitimité et de gagner leur confiance. Les principales plateformes de dialogue avec les clients incluent : réunions 1:1 avec des parties prenantes, tables rondes avec des experts, activités de réseautage, publications et exposés lors d'activités organisées par des tiers. En 2016, Telenet a organisé une table ronde d'experts (Telenet Talks) et une grande réunion de réseautage (Mix & Mingle).</p>		<p>Charte pour le dialogue avec les parties prenantes</p> <p>À la mi-2017, l'approche de Telenet par rapport au dialogue avec les parties prenantes a été formalisée dans une Charte qui énonce une série de principes directeurs pour s'assurer que les contacts avec les parties prenantes s'établissent d'une manière ouverte et transparente.</p>

REPORTING EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



NOTRE MÉTHODE DE REPORTING : PRINCIPES GÉNÉRAUX

Champ d'application

Le présent rapport de développement durable est une annexe explicative aux indicateurs et aux paramètres extra-financiers de toutes les parties de l'entreprise Telenet pour l'année civile 2016 (du 1/01/2016 au 31/12/2016). Il fait suite au rapport financier annuel 2016 de Telenet, publié en avril 2016. Telenet publie chaque année un état des lieux actualisé de ses activités RSE dans un rapport de développement durable. Quand, dans ce rapport, il est fait mention de 'Telenet', 'nous', 'l'entreprise', 'la société' ou 'le groupe', ces termes font référence à Telenet Group Holding S.A., y compris ses filiales, et ce, dans le contexte de son engagement sur le marché belge. Quand les données s'appliquent uniquement à Telenet ou à BASE Company en tant qu'entités séparées, ceci est clairement indiqué. Les données et les informations relatives aux performances et aux pratiques extra-financières du Telenet Group Holding SA pour l'année 2016 sont présentées dans deux documents complémentaires :

- le rapport financier annuel 2016
- le rapport de développement durable 2016

Engagement

Avec ce document, Telenet entend présenter un rapport fidèle sur ses activités économiques, sociales et éthiques ainsi que sur les performances environnementales les plus importantes pour l'entreprise et ses parties prenantes. Ce rapport annuel dresse l'inventaire des objectifs poursuivis, des principaux résultats récents et des nouvelles initiatives mises en place pour concrétiser les objectifs de développement durable de l'entreprise.

Telenet met tout en oeuvre pour respecter les principes généraux d'inclusivité, de matérialité et de responsabilité dans le cadre de son engagement durable. Le présent rapport souligne les points forts et les faiblesses pour chacun des aspects matériels prédéfinis et il nous permet d'améliorer constamment les processus et les performances.

Étant donné que tous les départements concernés prennent les résultats de cette analyse très au sérieux, nous avons largement pu assurer la progression des

notes en 2016. Nous accordons autant d'importance aux informations extra-financières qu'aux données financières. Telenet effectue les démarches nécessaires afin de faire contrôler davantage d'aspects environnementaux et de données sociales en externe. Le présent rapport a été relu et approuvé par Birgit Conix, Chief Financial Officer de Telenet.

Note relative aux chiffres clés

Les principaux chiffres économiques et sociaux présentés dans ce rapport concernent tous les sièges et sites de Telenet Group Holding SA, sauf si indiqué autrement.

GRI G4 Core

Les indicateurs et les paramètres extra-financiers présentés dans ce document sont organisés selon les directives du Global Reporting Initiative (GRI). Ce rapport est conforme aux directives GRI G4 au niveau 'core'. Par conséquent, le rapport se concentre, d'une part, sur les éléments généraux d'information et, d'autre part, sur les informations

nécessaires obtenues en analysant les vingt enjeux matériels au regard des Aspects Matériels du G4 et en rendant compte d'au moins un des indicateurs par Aspect. Si des informations étaient disponibles, le reporting a inclus plusieurs indicateurs.

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

Principes régissant la définition du contenu du rapport de développement durable

Afin de déterminer le contenu de ce rapport, Telenet a tenu compte de différents éléments.

Telenet a identifié ses principales parties prenantes et a déterminé les principales attentes de chacune d'entre elles.

Telenet a également expliqué comment elle répondait à ces attentes. L'entreprise a également examiné ses performances dans un contexte de durabilité plus large, notamment en

circonsrivant les grandes tendances auxquelles les entreprises de télécommunications sont actuellement confrontées.

Telenet souhaite expliquer, au travers de ce rapport, comment elle compte stimuler les développements économiques, sociaux et environnementaux aux niveaux local, régional et mondial. À cet égard, Telenet se concentre sur les aspects matériels mis en avant par ses parties prenantes.

Modifications et retraitements majeurs

Telenet fait partie de Liberty Global Plc. En vue d'une harmonisation du reporting au niveau du groupe, le reporting relatif à Telenet a été complètement aligné sur celui de l'actionnaire majoritaire, Liberty Global, en 2014. Plusieurs définitions et mesures ont donc été modifiées. Les chiffres de ce rapport qui concernent les résultats environnementaux ont été retraités pour les 3 années précédentes (2013, 2014 et 2015).

CONTACT

Informations financières

Rob Goyens

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

Informations RSE

Ineke Rampart

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

RÉSUMÉ DES PERFORMANCES

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	26,231,734	24,941,734	25,758,017	27,160,148
Petrol	kWh	96,413	353,368	131,741	116,399
Natural gas	kWh	4,683,458	4,152,495	4,314,575	3,973,053
Burning oil	kWh	0	0	0	0
Gas oil	kWh	2,033,574	1,657,817	1,799,497	1,730,685
Fuel oil	kWh	0	0	0	22,199
Jet fuel	kWh	0	0	0	0
Total	kWh	33,045,179	31,107,392	32,003,830	33,002,485
Electricity, heating and cooling					
Electricity	kWh	178,118,491	180,771,747	188,644,737	186,227,712
Heating and cooling	kWh	0	0	0	0
Total	kWh	178,118,491	180,771,747	188,644,737	186,227,712
Electricity sold					
Total energy consumption(1)	kWh	0	0	0	0
Total energy consumption(1)	kWh	211,163,669	211,879,139	220,648,567	219,230,197
Energy intensity					
Energy intensity	kWh of electricity per terabyte of data usage	266.5	264.5	179.5	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	%	Male	Female	Male	Female	Male	Female	
Managers/ Supervisors	%	NA	94	100	99	100	82	84
Non-management	%	NA	92	91	91	95	98	92

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

Méthode de reporting de Telenet

Toutes les données sociales et environnementales concernent la période comprise entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre – sauf mention contraire. Les données environnementales présentées par Telenet respectent, depuis le 31 décembre 2014, la GHG Protocol Corporate Standard du World Resources Institute et du World Business Council on Sustainable Development.

Nous appliquons, dans ce cadre, l'operational control approach.

Nos émissions du 'scope 1' et du 'scope 3' sont calculées sur la base des facteurs d'émission (2014) du UK Department for Environment, Food & Rural Affairs (DEFRA). Nos émissions du 'scope 2' sont calculées à l'aide des facteurs d'émission (2014) du DEFRA.

- **Scope 1 (émissions directes) :** émissions provenant des sites détenus ou contrôlés par les entreprises, y compris les émissions liées à la combustion stationnaire (p. ex. le carburant des générateurs pour le chauffage et l'approvisionnement en électricité), à la combustion mobile (p. ex. le carburant des véhicules appartenant à l'entreprise ou en leasing) ainsi

qu'aux dispositifs de refroidissement et de flottaison (p. ex. les systèmes de climatisation et d'extinction).

Gaz concernés : CO₂, N₂O, CH₄, hydrofluorocarbures (HFC) et perfluorocarbures (PFC).

- **Scope 2 (émissions indirectes) :** émissions résultant de la production achetée d'électricité, de chaleur et de vapeur. Gaz concernés : CO₂.
- **Scope 3 (émissions indirectes) :** émissions liées aux voyages d'affaires en avion et par voie terrestre (p. ex. les vols effectués par les travailleurs et les trajets effectués avec des véhicules privés), à l'eau et aux déchets (p. ex. les émissions dues à la consommation d'eau et aux déchets engendrés par les activités), au recyclage des appareils des clients ainsi qu'aux déplacements effectués par les véhicules d'installation et de service de tierces parties. Nous avons ajouté les émissions résultant des déplacements effectués par les véhicules d'installation et de service de tierces parties aux émissions du 'scope 3' pour la première fois en 2014. Gaz concernés : CO₂, N₂O, CH₄ (si d'application). Nos données relatives au 'scope 3' ne tiennent pas compte des émissions engendrées par l'utilisation des décodeurs et des modems chez nos clients.

Émissions liées à la Localisation et au Marché

Conformément aux bonnes pratiques, nous publions les émissions de gaz liées à la localisation et au marché. Elles illustrent clairement l'impact de nos achats et de notre production d'énergies alternatives. Les émissions liées à la localisation sont calculées à l'aide des facteurs de conversion moyens du réseau électrique national pour l'ensemble de la consommation électrique. Elles ne tiennent pas compte des activités qui réduisent les émissions telles que l'achat de compensations carbone ou l'utilisation d'électricité provenant de sources d'énergie renouvelables. Les émissions liées au marché sont calculées sur la base d'un facteur de conversion « zéro » pour l'intégralité de l'électricité qui provient d'énergies renouvelables produites sur place ou qui s'inscrit dans le cadre de contrats d'énergie verte agréés.

Pour de plus amples informations, surfez sur <http://www.libertyglobal.com/cr/cr-report-2016> et consultez l'ensemble de nos critères de reporting écologique.

KPI PAR MATÉRIALITÉ

Materialité	KPI	Résultat (2016)	Commentaire	Objectif
Produits et services de la meilleure qualité	Net Promoter Score (NPS)	Telenet: -6,9; BASE (Mobile NPS): -12,1	Scores NPS sur une échelle de -100 à +100. Le score NPS est obtenu en retranchant le pourcentage de 'detractors' du pourcentage de 'promoters'.	Telenet: -4; BASE: -7
Protection de la vie privée et des données	Nombre de violations de la sécurité des données		0 Plus d'infos en pages 19 et 21.	Poursuivre les mesures visant à éviter les atteintes à la protection des données
	Score RepTrak pour 'Protection des données et de la vie privée des clients'		64,6 Ce score se rapporte uniquement à la réputation de l'entreprise Telenet en Flandre et à Bruxelles, excluant BASE Company	65,5
Honnêteté, responsabilité et transparence en affaires	Score BrandTracker pour 'Considerate'		62 Le score reflète l'expérience client quant aux efforts déployés par Telenet pour se montrer attentive et respectueuse. Ce score se rapporte uniquement à la marque Telenet, et non à la marque BASE	À définir
	Nombre total d'actions en justice pour comportement anticoncurrentiel et violation des règles antitrust et relatives au monopole; et conséquence de ces actions	En 2016, pas d'amendes ni de règlements judiciaires liés au comportement anticoncurrentiel, à la violation des règles antitrust ou aux pratiques monopoles.		Sans objet
Transparence des prix et des factures	Score d'effort client (Customer Effort Score)		15,42% Mesure les efforts que doit déployer le client pour obtenir une réponse ou une solution à la suite d'une réclamation ; plus le score est faible, mieux c'est.	À partir de 2017, nous allons prendre le NPS pour la facturation au lieu du Score d'effort client en tant que référence
	Nombre d'appels téléphoniques reçus pour 1000 factures		28,5 Le score et l'objectif se rapportent aux services Telenet et BASE	26,5
Caractère innovant et avant-gardiste de l'entreprise	Score RepTrak pour 'Innovation'		67,8 Ce score se rapporte uniquement à la réputation de l'entreprise Telenet en Flandre et à Bruxelles, excluant BASE Company	70,2
Expérience client	Nombre de résiliations (Customer churn rate)		8,10% Il s'agit de la moyenne pondérée des résiliations au niveau des clients pour la vidéo, l'internet et la téléphonie fixe.	À définir
	Nombre de visites dans le cadre du Telenet TipTop Tour	150 258 visites en clientèle en 2016		120 000 visites en clientèle supplémentaires en 2017
Offre de produits orientés client	Score BrandTracker pour 'Les produits sont simples et faciles à utiliser' (Expérience Client)		64 Ce score se rapporte seulement aux produits Telenet, et non BASE	À définir

Materialité	KPI	Résultat (2016)	Commentaire	Objectif
Attraction, rétention et développement des talents	Rotation du personnel	5%	La rotation volontaire du personnel était de 5% en 2016.	À définir
	Heures de formation par ETP	24,4		À définir
Engagement du personnel	Employee engagement score (Zoom)	60%	Les employés de BASE Company n'ont pas été consultés dans l'enquête Zoom de janvier 2016. Plus d'informations sur les mesures Zoom de l'engagement du personnel en page 25.	À définir
Internet ouvert	Politique de neutralité du réseau et respect des règles en la matière	Cf. page 47		Sans objet
Employeur responsable	% de femmes à des postes managériaux (conseil d'administration et SLT)	3 administratrices au Conseil d'administration depuis début 2016, les femmes représentent 50% de la Senior Leadership Team (SLT)		À définir
	Nombre de jours perdus (lors desquels des maladies ou des accidents liés au travail ont empêché le travail)	26,81 jours perdus pour 200 000 heures prestées		A définir
	% des travailleurs qui relèvent d'une CCT	100%		Rester à 100% en 2017 et après.
Gestion responsable de la chaîne d'approvisionnement	Nombre de fournisseurs suivis via EcoVadis	94 fournisseurs audités par Liberty Global en 2016, parmi lesquels 46 fournisseurs Telenet		En 2017, Liberty Global évaluera 100 fournisseurs, y compris des fournisseurs de Telenet et de BASE Company
Sécurité des enfants sur internet	Investissement dans la communauté, dans la catégorie 'fracture numérique' (€)	1 080 €		À définir
Rôle dans la société	Nombre de start-ups accompagnées dans le cadre du programme Telenet Kickstart	88	8 nouvelles start-ups ont clôturées le programme de Telenet Kickstart développé par l'incubateur Idealabs en 2016. Depuis juin 2016, nous soutenons la communauté Start it@kbc - rejoint par 80 nouvelles start-ups pendant le deuxième semestre.	En 2017, nous continuerons d'accompagner des start-ups via une coopération stratégique avec IMEC IStart et Start it@kbc. Nous continuerons également à investir dans des start-ups individuelles ayant une plus-value commerciale pour Telenet.
	Investissement dans la communauté locale (€)	1225 618 €		À définir
	Score RepTrak pour 'Citizenship'	60.8	Ce score se rapporte uniquement à la réputation de l'entreprise Telenet en Flandre et à Bruxelles, excluant BASE Company	61.6

Materialité	KPI	Résultat (2016)	Commentaire	Objectif
Promotion des compétences pour la société du 21 ^{ème} siècle	Nombre d'enfants et d'adolescents formés dans le cadre des ateliers CoderDojo	20 700, avant tout en Flandre et à Bruxelles		23 000 enfants et adolescents en Flandre, Bruxelles et Wallonie
Réduction de l'impact environnemental	Émissions de CO ₂ (en tonnes), compensation comprise	Le total des émissions liées à la localisation et liées au marché s'élevait à 17 606 tonnes en 2016. Les émissions de Telenet ont été compensées par 8 627 tonnes métriques.	Cf. page 41 pour plus d'informations sur notre compensation en carbone	À définir
	Efficacité énergétique (KWh/€ revenus - intensité)	0,09 kWh par € de revenus		À définir
Consommation énergétique des clients	Consommation énergétique des CPE (Customer-Premise Equipment) (MWh)	271 991	Ce chiffre se rapporte à la consommation énergétique annuelle des décodeurs et modems au domicile des clients Telenet. Les appareils (mobiles) ne sont pas compris.	À définir
Recyclage de déchets d'appareils électriques et électroniques	Recyclage des déchets dangereux (%)	100% des déchets dangereux de Telenet ont été recyclés en 2016		Conserver un taux de recyclage de 100 % en 2017
	Transformation et réutilisation des CPE (%)	26% des décodeurs et modems récemment mis en circulation provenaient du stock constitué par recyclage		À définir
	CAPEX économisées (€) et déchets (kg) évités grâce à la logistique inverse	En 2016, €17,3 millions de CAPEX ont été économisées grâce à la transformation et à la réutilisation des décodeurs et des modems. 329 tonnes de déchets ont été évitées.		À définir
Santé et sécurité des clients	Directives et principes d'utilisation relatifs au débit d'absorption spécifique (DAS) des appareils mobiles		Cf. page 22	Sans objet
Paysage médiatique	Investissements dans le fonds STAP et dans les productions médias locales (€)		8,1 millions €	À définir

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
G4-20	Aspect Boundary within the organization.	GRI G4 Core, page 53		-
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-SO7 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-SO8 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		-
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		-

Material Aspects (G4-19)	Disclosure on Management Approach (DMA) and Performance Indicators	Telenet Sustainability Report 2016	Omissions	External Assurance
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.

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES



Comment Telenet s'engage :

4 Telenet aide les plus jeunes et les adultes à développer des compétences numériques qui les préparent à trouver un travail ou à devenir entrepreneur.

5 Telenet promeut une culture d'inclusion et de diversité.

10 Tout le monde doit recevoir une chance égale quels que soient son origine, son sexe, sa religion, son orientation sexuelle, son handicap ou son âge.

8 Telenet est un acteur important dans l'économie belge. Nous stimulons la croissance en offrant à nos clients des produits et services innovants et compétitifs, et en investissant dans un réseau intégré performant. Nous créons des jobs au sein de notre propre entreprise et nous stimulons les entrepreneurs. Nous accordons bien évidemment beaucoup d'importance aux bonnes conditions de travail à travers toute la chaîne logistique.

9

11 Telenet et ses partenaires aident à construire des villes et des communes durables via des solutions IT intelligentes et innovantes.

12 Telenet favorise une gestion durable et une utilisation efficace des ressources naturelles. Nous réduisons la quantité de déchets générés au cours de nos processus d'entreprise grâce à la prévention, la réduction, le recyclage et la réutilisation.

13 Telenet limite son empreinte écologique et se concentre surtout sur l'amélioration de son économie de carbone. Nos services aident également les autres à réduire leurs émissions de carbone.

17 Nous ne pouvons effectuer tout cela seul. C'est pour cette raison que Telenet tente d'apporter un changement positif à travers la chaîne de valeur en collaborant avec divers partenaires.

PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

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
Editeur responsable
Telenet, Rob Goyens
Rue Neerveld 105 - 1200 Bruxelles

