

pluxee

# MVO- rapport 2025



# Inhoudsopgave

- 2** Inhoudsopgave
- 3** Voorwoord
- 4** Over dit rapport
- 10** Kerncijfers
- 11** Ons team van 246 personen
- 12** Onze belangrijkste verwezenlijkingen
- 13** Voorwoord
- 15** Visie-missie
- 17** Governance, risicobeheer en inclusie van stakeholders
- 21** Dubbele materialiteitsoefening
- 24** Onze activiteitenperimeter
- 25** Publieke producten
- 26** Werknemersvoordelen
- 28** Terugblik op het voorbije jaar
- 30** Resultaten 2024 - 2025
  - 31** Milieu
  - 41** Sociaal
  - 49** Governance
- 55** Materialiteiten
- 60** Lexicon
- 67** GRI-concordantietabel

# Voorwoord

Dit jaarlijkse duurzaamheidsrapport gaat over de activiteiten van Pluxee Belgium en vormt een aanvulling op het [jaarverslag 2025](#) dat door de Pluxee Group werd gepubliceerd.

Deze twee documenten vullen elkaar aan, met enerzijds algemene informatie over alle activiteiten in de landen van de Pluxee Group, en anderzijds een focus op de duurzaamheidsimpact in België.

Elk document is met de nodige nauwkeurigheid opgesteld en volgt strikte normen. In dit rapport zijn dat meer bepaald de normen van de GRI.

Aan het einde van dit rapport vind je een definitie van onze materialiteiten en een lexicon waarin we je enkele van de meer technische termen nader toelichten.

Net als elk jaar hebben we er ook voor gezorgd dat het formaat van het document en de inhoud ervan blijven voldoen aan de criteria voor digitale toegankelijkheid.

We hopen dat deze nieuwe editie van ons jaarverslag je bevalt, en je zin geeft om er met ons over te praten. Veel leesplezier!



# Over dit rapport

## Rapporteringsperiode

Dit rapport werd gepubliceerd in maart 2026. Het bestrijkt de periode van 1 september 2024 tot en met 31 augustus 2025 voor wat de cijfers betreft. Het is mogelijk dat we verwijzen naar recentere gebeurtenissen. In dat geval vermelden we dat expliciet.

## Rapportfrequentie

Jaarlijks, zesde editie.

## Activiteiten

Dit rapport heeft betrekking op de activiteiten van Pluxee in België, die uitsluitend vanuit het hoofdkantoor in Brussel worden beheerd.

Het grootste deel van de activiteiten wordt in België uitbesteed. We

hebben een productiecentrum dat wordt uitbesteed in Oostenrijk, een callcenter dat wordt uitbesteed in Bulgarije en een ander in Portugal.

## De activiteiten van Pluxee omvatten:

De gesubsidieerde producten voor rekening van publieke entiteiten: Dienstencheques, KMO-Portefeuille, Chèque-Formation, Chèque-Entreprise, PWA-cheque.

De niet gesubsidieerde producten voor publieke en private bedrijven: Pluxee Lunch, Pluxee Eco, Pluxee Cadeau, Pluxee Mobility, Pluxee Sport & Culture.

## Bedrijfsnaam

Pluxee Belgium nv

## Structuur en rechtsvorm

De naamloze vennootschap Pluxee Belgium, met maatschappelijke zetel in de Ravensteinstraat 36 te 1000 Brussel, maakt deel uit van de Pluxee Group, met centrale zetel in de rue du Passeur de Boulogne 16 te Issy les Moulineaux 92130 in Frankrijk.

Op 31 augustus 2025 was de Pluxee Group, een belangrijke internationale speler op de markt van employee benefits en engagement, aanwezig in 28 landen. De Groep telt wereldwijd meer dan 5.600 medewerkers en realiseert een geconsolideerd businessvolume van meer dan 24 miljard euro.

## Toeleveringsketen en onderaanneming

Pluxee Belgium besteedt het beheer van zijn activiteiten deels uit aan de volgende bedrijven. Je vindt ze ook visueel voorgesteld in de grafiek hieronder:

- **Joos Print:** productie van de basischeque in Turnhout (België)
- **Symeta Hybrid (via Canon Belgium):** productiecentrum voor papieren cheques in Leuven (België)
- **Input4You (via Canon Belgium):** verwerking van papieren cheques in Dilbeek (België)
- **Exceet Card Austria GmbH (via Zetes):** productie van de kaartbehuizing in Kematen (Oostenrijk)
- **Zetes:** productiecentrum voor de Pluxee Card in Ruisbroek (België)
- **Worldline:** activering en deactivering van terminals, verwerking van transacties met elektronische cheques in Evere (België)
- **SD Security:** transport van papieren cheques in Ruisbroek (België)
- **Bpost (via Symeta en Zetes):** transport van onze Public kaarten en cheques (België)
- **Yource Group:** hoofdcallcenter in Moeskroen (België) en back-upcentra in Gent (België) en Sofia (Bulgarije)
- **Entra:** hoofdcallcenter in Heppignies (België)
- **Concentrix:** hoofdcallcenter in Porto (Portugal)
- **Easypost (Moeskroen):** verwerking van de post en overhandiging aan Bpost voor levering



## Toeleveringsketen voor de producten



### Indirecte categorieën

Gebouwen (onderhoud, energie, huur)	Informaticadiensten
Mobiliteit werknemers	Ondersteunende diensten (hr, marketing, juridisch, financiën, strategie)



## Ons ecosysteem voor duurzame impact

Pluxee Belgium is lid van **The Shift**, van de **Diversity Managers Association in Belgium**, van **Diversicom** en van het **ISIT** (Belgisch Instituut voor Sustainable IT) en ondertekenaar van:

- de **Belgian Alliance for Climate Action (BACA)**
- **CEASE** Violence
- het **Diversity Charter**
- de **Women's Empowerment Principles** van de Verenigde Naties (WEPs)
- het **Sustainable IT Charter** van het ISIT
- **Inclusive Panels Supporter**

Pluxee Belgium heeft het verschillende organisaties ondersteund aan de hand van financiële donaties, donaties in natura of skills-based vrijwilligerswerk, zoals **The Bridge**, **Digital Buddy**, **Digital4Youth**, la **Maison Rue Verte**, le **Circé de l'Ilot** en **Shoe Box**.

# De bewijzen van ons engagement

	Keurmerken en certificeringen	Lidmaatschappen en partnerschappen	Interne acties	Filantropie
<b>Transversaal</b>				
<b>Milieu</b>				
<b>Sociaal</b>				
<b>Bestuur</b>				



## Lidmaatschappen

Pluxee is ook lid van Unizo, van VOKA, van BECI en van Gondola.

## Externe contrôle

De geconsolideerde jaarrekening van de Pluxee Group is gecontroleerd met een redelijke mate van zekerheid. Het duurzaamheidsrapport, dat in het geïntegreerde jaarrapport van Pluxee Group is opgenomen, is beoordeeld met een beperkte mate van zekerheid. PricewaterhouseCoopers Accountants N.V. werd ingeschakeld voor beide opdrachten. Dit duurzaamheidsrapport van Pluxee Belgium is gebaseerd op de gecontroleerde financiële gegevens als onderdeel van het geïntegreerde rapport van Pluxee Group.

## GRI-conformiteit

De inhoud en principes van dit rapport zijn in overeenstemming met het Global Reporting Initiative (GRI).

## Contactpersoon

**Christel Ergo**

Sustainability Manager:

[christel.ergo@pluxeegroup.com](mailto:christel.ergo@pluxeegroup.com)

+ 32 (0)471/55.79.39

# Kerncijfers

per 01/09/2025



Aantal bedrijven dat klant is

**93.034**



Aantal partners in ons  
aanvaardingsnetwerk

**23.341**



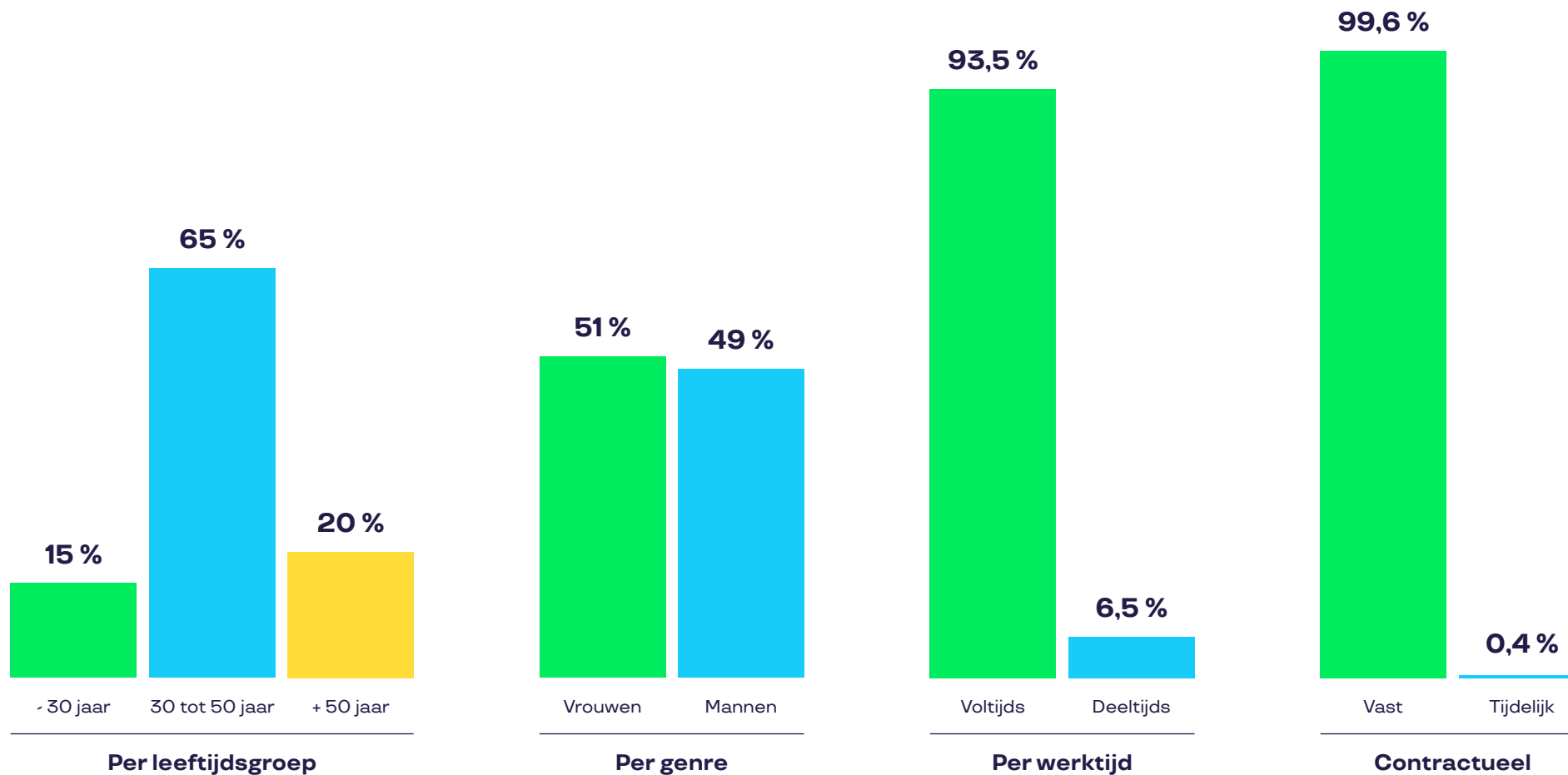
Aantal personen dat onze  
oplossingen gebruikt

**2,77 miljoen**



# Ons team van 246 personen

in enkele cijfers



# Onze belangrijkste verwezenlijkingen

in 2024 - 2025



Behoud van onze certificeringen  
**ISO 9001** en **ISO 27001**



Behalen van het label **BREEAM Excellent** voor het gebouw



Vervanging van het CO2-neutraal label door een **milieubijdrage**



Creatie van het **Consumptiefresco** als publieksinstrument voor de bewustmaking rond (over)consumptie en de sociale en milieueffecten ervan

**54 %**

Percentage in aanmerking komende medewerkers dat **afzag van de bedrijfswagen**



Aansluiting bij het **Diversity Charter** en bij het **ISIT**



In oktober 2025: behalen van de Platinum medaille van **Ecovadis** (top 1%)



In december 2025: behalen van niveau 4 voor het **GEEIS** label



In december 2025: hernieuwing van de **Great Place to Work** certificering

# Voorwoord

## van de Country Managing Director



**Stijn Van Brussel**

Country Managing  
Director, Pluxee  
Belgium SA

### **Beste lezer, beste lezeres,**

Toen ik midden 2025 bij **Pluxee Belgium** aan de slag ging, wilde ik begrijpen wat onze identiteit echt vormt. Niet alleen onze producten, maar vooral wat ons elke dag drijft, wat onze beslissingen stuurt en hoe wij op een positieve manier willen bijdragen aan de samenleving.

Al snel viel me één ding op: bij Pluxee is Duurzaamheid geen thema “naast” de business. Het staat **centraal in de manier waarop we werken**. Het vertaalt zich in onze strategische keuzes, in de manier waarop we klanten en partners ondersteunen, en in de concrete impact die we realiseren voor onze gebruikers. Kortom, het sluit rechtstreeks aan bij onze missie om te bouwen aan een **duurzame en gepersonaliseerde werknemerservaring**, op het werk en daarbuiten.

Boekjaar 2025 betekende een belangrijke mijlpaal in onze transformatie. Het was bovenal

een jaar van **concrete en meetbare acties**.

Op **ecologisch vlak** hebben we een grote stap vooruitgezet: **over al onze activiteiten heen hebben we onze CO<sub>2</sub>-uitstoot met 54% verminderd**. Dat resultaat is het gevolg van bewuste, structurele keuzes: onze verhuis, de evolutie in de mobiliteit van onze teams en de verdere afbouw van papieren cheques en transport. Het bewijst dat gerichte aanpassingen in onze manier van werken leiden tot een tastbare impact.

Tegelijk blijven we investeren in wat voor ons minstens even essentieel is: **sterke lokale gemeenschappen en een gezonde lokale economie**. Door handelaars en consumenten met elkaar te verbinden, versterken we de lokale handel en dragen we bij aan een veerkrachtiger ecosysteem. Zo maken we duurzame keuzes ook in het dagelijkse leven haalbaar en toegankelijk.

Omdat deze uitdagingen vragen om een gezamenlijke visie, hebben we sterk ingezet op **bewustmaking en betrokkenheid binnen onze organisatie**. Duurzaamheid is verweven in al onze activiteiten. Dat vraagt dat we onze teams de juiste inzichten en handvatten aanreiken en hen in staat stellen om mee verantwoordelijkheid te nemen. Vanuit die visie ontwikkelden we samen met onze partner Bleen een **sensibiliserend spel rond duurzamer consumeren**. Het is toegankelijk voor partners, klanten, gebruikers en het brede publiek, met één duidelijke ambitie: mensen aanzetten om hun gewoontes in vraag te stellen, hun impact beter te begrijpen en andere manieren van consumeren te verkennen.

We nemen onze engagementen op met ambitie en transparantie, en laten ze onafhankelijk beoordelen. In oktober 2025 behaalden we het **EcoVadis Platinum-label**, een erkenning die bevestigt dat onze aanpak niet beperkt blijft tot goede intenties, maar concrete resultaten oplevert.

Onze rol reikt verder dan het aanbieden van producten of diensten. We nemen ook onze rol op als thought leader rond duurzaam en mensgericht werk. Zo voerden we samen met **Ipsos** de internationale studie "**De nieuwe regels van engagement**" uit bij 8.700 medewerkers in 10 landen. Die studie toont een duidelijke evolutie aan: engagement is vandaag geen kwestie meer van "alles of niets", maar maakt deel uit van een bredere balans tussen privéleven, professioneel leven en betrokkenheid bij de samenleving.

Deze evolutie— die wij **bewust engagement** noemen — weerspiegelt duidelijke verwachtingen rond zingeving, flexibiliteit en een meer evenwichtige relatie tussen werkgever en medewerker. Ze sluit nauw aan bij onze CSR-visie: duurzame organisaties zijn organisaties die aandacht hebben voor mensen en hen ondersteunen in hun groei.

Ik nodig u uit om dit rapport verder te ontdekken. U zal zien hoe wij samen met onze teams en partners deze ambitie elke dag waarmaken — met realisme, energie en verantwoordelijkheid.

Veel leesplezier, en dank u wel om deel uit te maken van deze beweging.

**Stijn Van Brussel,**  
**Managing Director Pluxee Belgium & Luxemburg**

# Visie-missie

## **Te allen tijde een verantwoorde partner zijn**

Onze missie past in één zin: 'een gepersonaliseerde en duurzame ervaring creëren voor medewerkers, op het werk en daarbuiten'.

Pluxee wil verandering inspireren en vooruitgang stimuleren. De groep wil mensen binnen haar ecosysteem en de lokale gemeenschappen die ze ondersteunt versterken, door economische impact te creëren en zich in te zetten voor digitale en financiële inclusie.

Pluxee probeert de belangrijkste en meest betekenisvolle thema's voor haar activiteiten te identificeren, net als de impacten (positief en negatief), de risico's en de opportuniteiten op het vlak van duurzaamheid. Die aanpak heeft de

uitwerking van de duurzaamheidsvisie van Pluxee gestuurd.

Concreet vertaalt zich dat in 4 pijlers, die al meerdere jaren aan de basis liggen van onze activiteiten.

## **Individu's: door iedereen te helpen zijn of haar potentieel te realiseren**

We zetten ons in om elke werknemer te helpen om zich te ontplooien als persoon en om innovatieve manieren te vinden om zich te ontwikkelen. Alles wat we doen is erop gericht om een wereld van mogelijkheden te openen, en mensen zo te helpen om het meeste te halen uit wat echt belangrijk is voor hen. Door duurzame en gepersonaliseerde ervaringen aan te bieden, hebben onze projecten een tastbare invloed op miljoenen levens. Dat verhoogt het

welzijn en het engagement van mensen.

## **Lokale gemeenschappen: door onze ecosystemen te stimuleren**

We willen dat deze positieve impact verder reikt dan de werkplek. Op deze manier komt ons bedrijfsmodel niet alleen ten goede aan individuen, maar ook aan hun leefgemeenschappen. Onze uitgaven doen we liefst bij kleine handelszaken, en deze zijn gestegen van 42,2% naar 48,6%. En dit aandeel willen we tot 50% laten groeien tegen 2030, om zo bij te dragen aan de ambitie van de Pluxee Group om 8 miljard te besteden bij kmo's.

We ondersteunen ook de zelfredzaamheid van jongeren en vrouwen in preciaire situaties via verschillende partnerschappen.

## Milieu: door respect voor al wat leeft

We zijn voorvechters van duurzame consumptie. We volgen een ambitieuze strategie om onze ecologische voetafdruk te verkleinen, met het eerste Net Zero traject dat in onze sector werd gevalideerd door de Science Based Targets initiative (SBTi). Deze engagementen maken deel uit van ons DNA en zijn een van de redenen waarom onze stakeholders voor ons kiezen.

## Trusted Partner: door dagelijks het vertrouwen van onze partners te verdienen

Als betrouwbare partner betreft Pluxee zijn stakeholders in de waardeketen van de groep om betrouwbare technologie te ontwikkelen en data op een verantwoorde manier te beheren, en om de hoogste normen te garanderen op het vlak van businessethiek en compliance. Zo kan het bedrijf de best

mogelijke gebruikerservaring bieden binnen het hele Pluxee ecosysteem.

Dat betekent ook dat we onze partners bijstaan en voortdurend in contact met hen staan. We staan altijd open voor hun ideeën en verwachtingen, waardoor we ons aanbod kunnen verbeteren en hen steeds intuïtievare, gebruiksvriendelijkere, en meer gepersonaliseerde oplossingen kunnen bieden die een echte bijdrage leveren aan het welzijn van medewerkers. Dat is wat het betekent om een menselijk bedrijf te zijn met een 'digital first'-aanbod.





# Governance, risicobeheer en inclusie van stakeholders

## Risicobeheer

Om interne en externe risico's en marktonzekerheden het hoofd te bieden en tegelijk zijn waarden te beschermen, heeft de Pluxee Group governance en procedures opgezet om deze risico's in kaart te brengen, te evalueren, te voorkomen en aan te pakken, en de negatieve impact ervan te beperken.

Operationele managers staan in de frontlinie om risico's binnen hun expertise in kaart te brengen en aan te pakken. Ondersteunende en overkoepelende diensten bepalen de procedures en bezorgen de teams de tools om risico's aan te pakken.

De interne audit van de Pluxee Group voert jaarlijks een risicobeoordeling uit en formuleert aanbevelingen voor de lokale entiteiten. De externe audit controleert elk jaar de financiële resultaten, en de Pluxee Group stelt een auditkantoor aan om de niet-financiële gegevens van het hoofdkantoor en de filialen over de hele wereld te controleren met het oog op de geconsolideerde rapportering van de Groep. .

## Governance

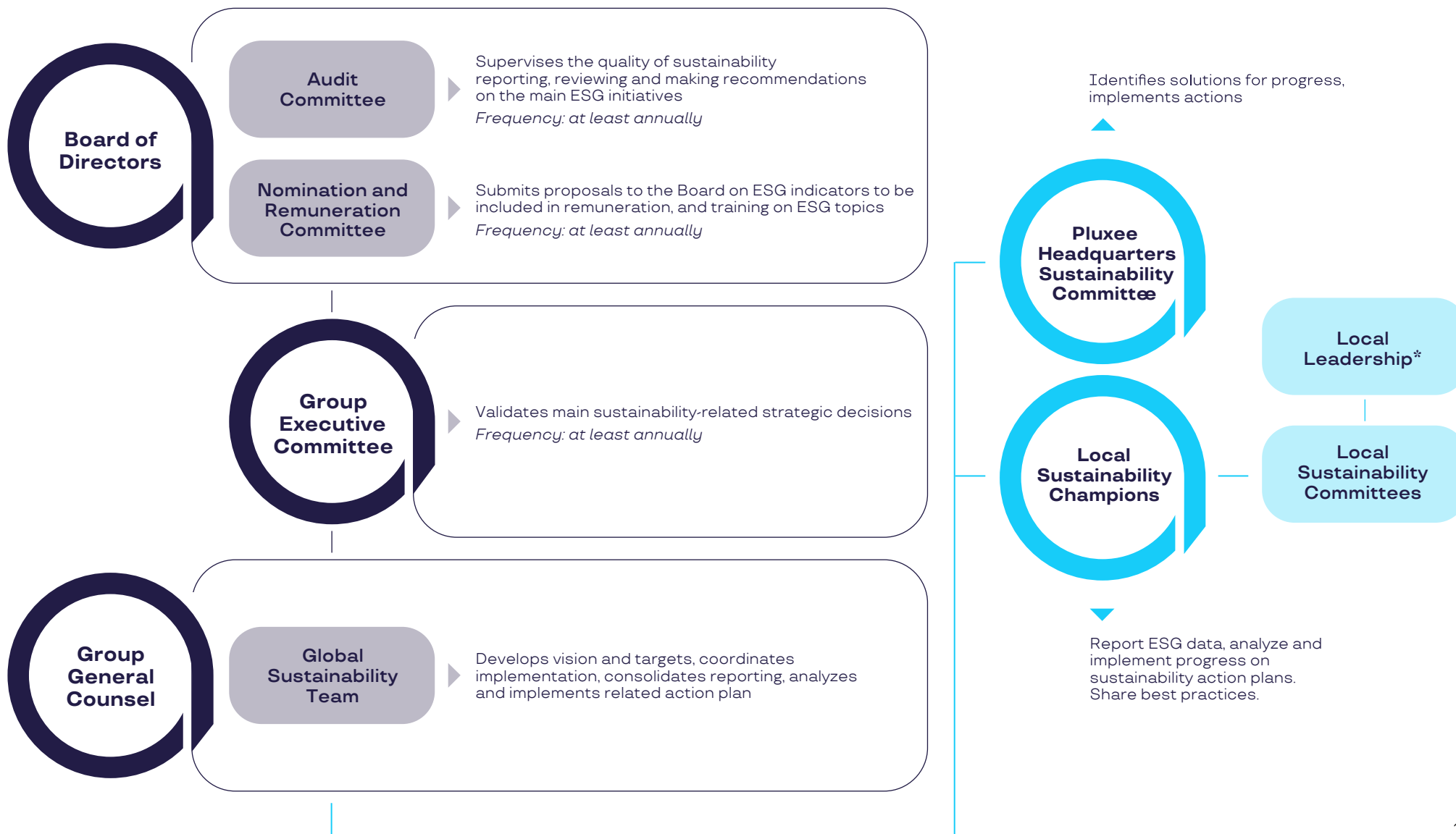
In overeenstemming met de governance van de Pluxee Group, die je hieronder gedetailleerd

terugvindt, bouwt België een duurzaamheidsgovernance uit.

Het duurzaamheidsmanagementteam bestaat intussen 7 jaar en coördineert alle duurzaamheidsaspecten in het land, zowel sociaal als ecologisch, met aandacht voor governance, die vooral wordt opgevolgd door het interne controleteam.

Idealiter omringt het team zich met robuuste ondersteuningsorganen, waaronder regelmatige contacten met het lokale leadership team, een netwerk van champions om informatie door te geven en een MVO-comité dat alle lokale initiatieven evalueert. Dat comité wordt binnenkort opgezet in België.

# Governance van de Pluxee Group



\* Local leadership includes the Pluxee Group's country leadership team members i.e. the members of the country executive committees.

# Duurzaamheidsgovernance voor Pluxee België

 <p><b>SUGGEST</b></p>	 <p><b>DECIDE</b></p>	 <p><b>COORDINATE</b></p>	 <p><b>ACT</b></p>	 <p><b>SHARE</b></p>
<p><b>Sustainability Committee</b> Sustainability pioneers</p> <p><b>Frequency:</b> Meeting every 2/3 months</p> <p><b>Goal:</b> Analyse and pilot projects prioritized by the Executive Sustainability Committee, as well as propose recommendations based on:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>a.</b> The achievement of the determined objectives</li> <li><b>b.</b> New initiatives to explore</li> </ul>	<p><b>Executive Sustainability Committee</b> CLT + Sustainability team</p> <p><b>Frequency:</b> 2 meetings per year</p> <p><b>Goal:</b> Prioritize and validate the company's sustainability projects, as well as propose recommendations based on:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>a.</b> Goals, objectives &amp; performance</li> <li><b>b.</b> Budget allocation</li> </ul>	<p><b>Sustainability Team</b></p> <p><b>Frequency:</b> Daily job</p> <p><b>Goal:</b> Coordinate, inspire, develop and implement the projects.</p>	<p><b>Sustainability work groups</b> Volunteers</p> <p><b>Frequency:</b> Project base</p> <p><b>Goal:</b> Implement one of the sustainability initiatives that has been identified as a priority.</p>	<p><b>Sustainability Ambassadors</b> Departments' Representatives</p> <p><b>Frequency:</b> Fortnightly</p> <p><b>Goal:</b> Diffuse information, invitations from the Sustainability team to the departments.</p> <p>Collect questions and remarks from the departments to the Sustainability team.</p>



## Inclusie van stakeholders

In 2019 namen we de beslissing om ons voortaan door stakeholders te laten bijstaan. Die geven ons advies, dagen ons uit en sporen ons aan om verder te gaan op de ingeslagen weg.

De externe stakeholders komen uit diverse domeinen:

- De academische wereld
- De particuliere sector (klanten, leveranciers)
- De publieke sector
- Niet-gouvernementele organisaties
- Werkgeversorganisaties

Met uitzondering van leden uit onze toeleveringsketen, hebben de leden geen directe of indirecte banden met onze activiteiten. Om belangenconflicten te vermijden, ontvangen de leden ook geen vergoeding om ons bij te staan.

Het panel heeft een genderevenwicht, en telt leden uit de drie landsdelen en alle domeinen van duurzame ontwikkeling.

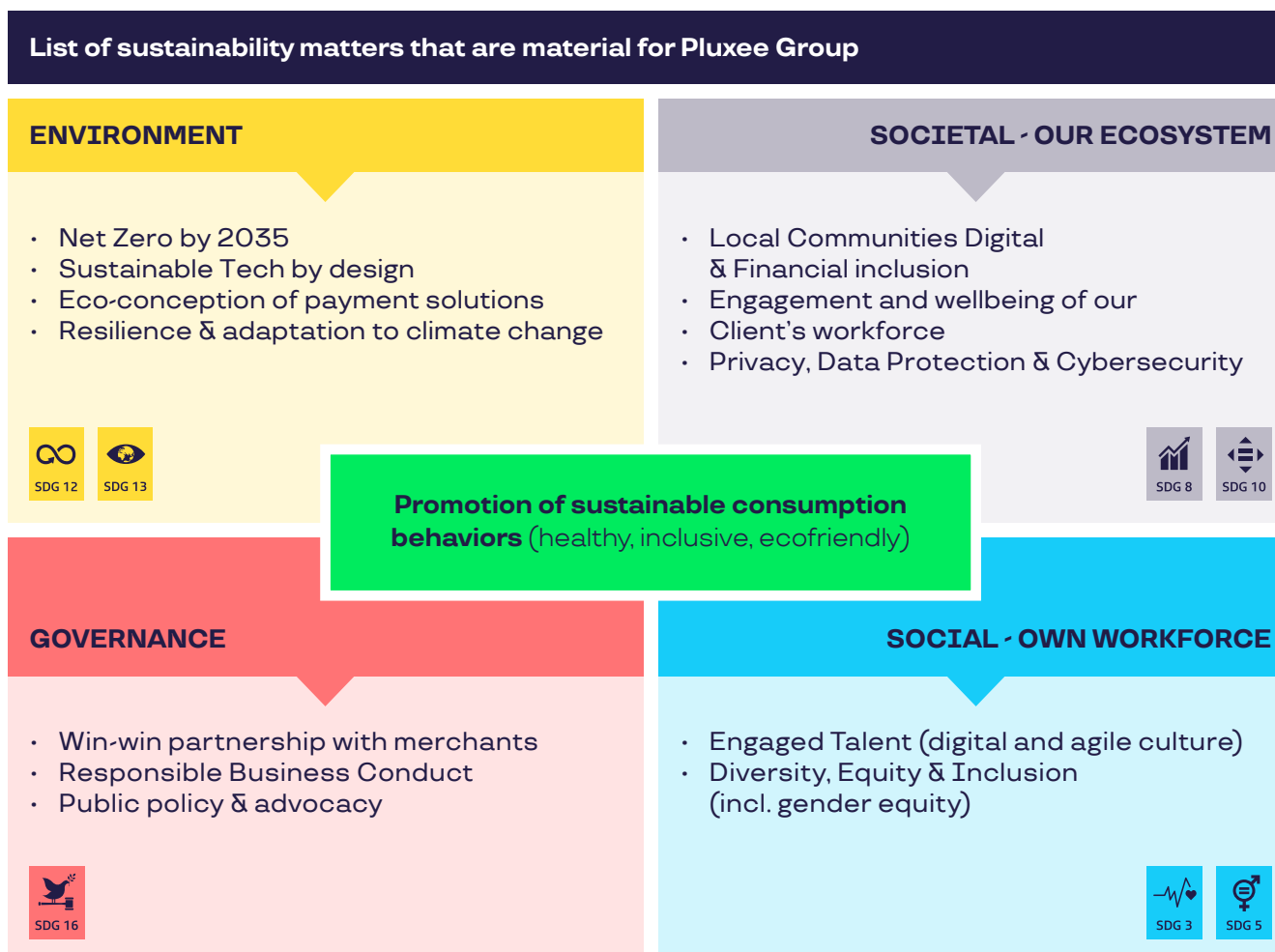
In 2025 hebben we dit panel niet formeel ingeschakeld, maar kozen we voor meer informele gesprekken. Dat ligt in lijn met onze strategie om om de twee jaar een grote consultatie te organiseren.

# Dubbele materialiteitsoefening

## van Pluxee in België

De dubbele materialiteitsoefening werd in 2024 uitgevoerd door de Pluxee Group, in overleg met meer dan 3.000 interne en externe stakeholders. Je vindt de definitie van onze materialiteiten op het einde van dit rapport.

Deze oefening identificeerde 17 invloeden. Daarvan werden er 13 weerhouden en 4 als niet-materieel beschouwd. De 13 materiële invloeden kunnen in 4 categorieën ingedeeld worden. Ze worden niet in een matrix weergegeven, omdat elk van hen belangrijk is voor de Pluxee Group.



Zoals hierboven uitgelegd, is er niets veranderd aan deze informatie ten opzichte van vorig jaar, omdat de oefening om de twee jaar wordt uitgevoerd.

#### **De 4 niet-materiële invloeden blijven:**

- Afvalbeheer: het afval dat op onze sites gegenereerd wordt, kan als miniem beschouwd worden, en het afval dat door de kaarten en papieren cheques ontstaat, is al inbegrepen in scope 3 rond het levenseinde van onze producten. Maar deze positie kan in de toekomst herzien worden, en zal van nabij worden opgevolgd.
- Waterverbruik in onze datacenters: ons gebruik van datacenters blijft beperkt, en dus ook het koelwaterverbruik. Deze positie zal niettemin nauwlettend worden opgevolgd naarmate ons gebruik van datacenters evolueert.
- Verlies van biodiversiteit en impact op onze ecosystemen: onze activiteiten vergen relatief weinig resources

en tasten natuurlijke habitats niet aan. Deze impact is niet materieel.

- Vervuiling door leveranciers van Pluxee: om dezelfde reden wordt ook deze impact niet als materieel beschouwd.

#### **Op basis hiervan heeft Pluxee Belgium vervolgens een nationaal overleg gehouden, dat in drie stappen verliep:**

1. De 13 materiële kwesties die de Pluxee Group identificeerde, werden weerhouden en we voegden er specifiek voor België een materialiteit aan toe: duurzame mobiliteit, wat met 65% van de collega's die met de auto naar het werk komen een reële uitdaging vormde.
2. Alle collega's kregen de kans om een duurzaamheidsenquête in te vullen, om zo hun prioriteiten op vlak van duurzaamheid en hun verlangen om actie te ondernemen in kaart te brengen. Om hun prioritering niet te beïnvloeden, hebben we

hen een lijst met materialiteiten overhandigd die niet hiërarchisch gerangschikt was, met de mogelijkheid om andere categorieën toe te voegen. Zo verzamelden we antwoorden van 116 collega's.

3. We interviewden 8 personen die de verschillende externe stakeholders vertegenwoordigden (academicus, leverancier, politica, klant, ngo, ...).

In plaats van een volledige lokale materialiteitsoefening opnieuw te doen, kozen we ervoor om hieruit de top 5 van onze materiële duurzaamheidsuitdagingen voor de komende jaren te halen. Het Belgische Leadership Team bepaalde dus de 5 belangrijkste prioriteiten op basis van de punten die tijdens de interne en externe consultaties aan elke materialiteit werden toegekend.

## De 5 belangrijkste uitdagingen voor Pluxee België

ESG Topics	Total
<b>Environement</b> - Sustainable mobility	74
<b>Environement</b> - Net Zero by 2035	61
<b>Environement</b> - Sustainable tech by design	56
<b>Social - Own Workforce</b> - Engaged Talent - digital and agile culture	56
<b>Social - Own Workforce</b> - Diversity, Equity & Inclusion	55

ESG Topics	Total
<b>Environement</b> - Net Zero by 2035	15
<b>Social - Own Workforce</b> - Engaged talents - digital and agile culture	15
<b>Environement</b> - Resilience & adaptation to climate change	9
<b>Governance</b> - Business integrity and transparency	9
<b>Societal - Our Ecosystem</b> - Promotion of sustainable consumption	8



Combined top 5 of Pluxee Belgium materialities
<b>1. Environement</b> - Net Zero by 2035
<b>2. Social - Own Workforce</b> - Engaged talents
<b>3. Cross ESG</b> - Sustainable consumption behaviors
<b>4. Environement</b> - Sustainable mobility
<b>5. Environement</b> - Sustainable tech by design

Door de aard van onze activiteiten dekt onze materialiteitsmatrix 7 van de 17 Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen van de Verenigde Naties. Je vindt ze terug in dit rapport.

# Onze activiteitenperimeter

Zoals een OESO-rapport uit 2021 al aangaf, zijn chequesystemen met een sociaal doel bijzonder relevant om overheidsbeleid te ondersteunen, zoals op het vlak van sociale inclusie, de ecologische transitie en regelmatig en regelmatig vast werk. Pluxee biedt in België een brede waaier aan oplossingen, die belangrijke hefboomen vormen voor federaal en regionaal beleid. Deze gerichte, vlotte en veilige systemen ondersteunen ondernemingen, lokale handelszaken en Belgische huishoudens.

Met zo'n groot netwerk moeten we onszelf, onze klantbedrijven en de gebruikers van onze oplossingen ertoe aanzetten om verantwoord te handelen. Zo vergroten we onze positieve impact op de samenleving en streven we ernaar een goed voorbeeld te stellen voor mensen en bedrijven.

**Pluxee biedt twee productcategorieën aan:**

- **publieke producten** (steun toegekend door publieke instanties aan een categorie burgers, los van enige ondergeschikte relatie);
- en **werknemersvoordelen** (extralegale voordelen die werkgevers aan hun werknemers toekennen binnen een arbeidsovereenkomst).

Zowel werknemersvoordelen als publieke producten worden toegekend in de vorm van sociale vouchers. Die vormen geen elektronische munteenheid, want hun geldigheid is beperkt in de tijd. Ze zijn uitsluitend bedoeld voor consumptie op het Belgisch grondgebied, en ze helpen om de lokale economie te ondersteunen die voor tal van uitdagingen staat,

zoals inflatie of concurrentie van buitenlandse e-commerceplatformen.



# Publieke producten



## Dienstencheques

Hulp nodig bij het schoonmaken, strijken of boodschappen doen? Met [dienstencheques](#) kan iedereen die in België woont toegang krijgen tot eenvoudige en fiscaal voordelige huishoudelijke diensten. Ze bieden zo meer koopkracht en een beter evenwicht tussen werk en privé. Sinds hun invoering in 2003 kunnen elk jaar meer dan 165.000 werknemers, waarvan 97% vrouwen, dankzij dienstencheques sociale rechten opbouwen. Hoewel hun arbeidsomstandigheden en economische situatie nog altijd alle aandacht verdienen, krijgen deze vaak laaggeschoolde mensen zo toegang tot de reguliere arbeidsmarkt.



## PWA

Het [PWA-chequesysteem](#) in Wallonië en Brussel is ontworpen als een instrument voor professionele re-integratie. Het laat gezinnen en publieke of non-profitorganisaties toe om een beroep te doen op mensen die ver van de arbeidsmarkt staan voor erkende diensten, zoals hulp bij de opvang of begeleiding van zieke personen of kinderen, hulp bij administratieve formaliteiten, tuinonderhoud, veiligheid in buurten en andere diensten die niet door de reguliere arbeidscircuits worden ingevuld. Zo combineer je het invullen van essentiële behoeften met sociale inclusie.



## Regionale steun voor bedrijven

Bedrijven kunnen ook gebruikmaken van verschillende soorten ontwikkelingscheques. Met deze cheques kunnen tienduizenden kmo's genieten van overheidssteun. Willen ze internationaal groeien, inzetten op digitale transformatie of hun teams permanent bijscholen? Dan kunnen ze een beroep doen op de [Chèques-formation](#) en de [Chèques-entreprises](#) in Wallonië of op de [KMO-Portefeuille](#) in Vlaanderen.

# Werknemersvoordelen



## Maaltijdcheques

Dankzij [Pluxee Lunch](#) (de maaltijdcheque van Pluxee), kunnen werknemers – meestal van kmo's en micro-ondernemingen – hun maaltijden of boodschappen eenvoudig betalen in een restaurant of voedingszaak in de buurt van hun huis of werkplek. We pleiten al enkele jaren voor een verhoging van hun nominale waarde, om beter aan te sluiten bij de nieuwe economische realiteit.



## Ecocheques

Wist je dat je voor elke euro die je uitgeeft met ecocheques, je de uitstoot van 1 kilo broeikasgassen vermijdt? Dankzij [Pluxee Eco](#) (de ecocheque van Pluxee), hebben werknemers en hun gezinnen eenvoudig toegang tot ecologische producten en diensten. De lijst met beschikbare producten is lang en afwisselend: tweedehands informatica apparatuur, ledlampen, fietsen, treinabonnementen, planten, tuingereedschap, biovoeding, zonnepanelen, ... Door de toegang tot producten en diensten met een hoge milieuwaarde te democratiseren, stimuleert de ecocheque de ecologische transitie. Een duurzame gedragsverandering wordt zo financieel aantrekkelijk. En niet alleen het milieu heeft er baat bij! Ook

sectoren die snel groeien binnen de nieuwe groene economie, en waarin vaak kleine handelaars actief zijn, voelen die positieve impact.

Dit jaar hebben we ons initiatief verdergezet rond '[De echocheque winkelgids](#)', een complete gids om onze begunstigden naar duurzame en slimme aankopen te leiden met hun Pluxee Eco-cheques. In deze gids zetten we heel wat duurzame handelaars in de kijker en geven we een overzicht van duurzaamheidslabels (Ecolabel, GOTS, FSC, enz.).



### Cadeaucheques

[Pluxee Cadeau](#) (de cadeaucheque van Pluxee) laat toe om teams te belonen naar aanleiding van een collectieve (eindejaarsfeest) of een individuele gebeurtenis (huwelijk, pensioen, enz.). Wie Pluxee Cadeau krijgt, kan een cadeau kiezen bij meer dan 12.000 partners in ons aanvaardingsnetwerk.



### Sport en cultuurcheques

Om hun teams aan te moedigen om hun batterijen op te laden met cultuur of sport, kunnen ondernemingen hen tot 100 euro per jaar aan [Pluxee Sport & Culture](#) toekennen, de sport- en cultuurcheque van Pluxee. Met dit voordeel krijg je toegang tot de meest uiteenlopende sportieve en culturele activiteiten bij meer dan 1.000 locaties overal in België (expo's en musea, sportcentra, pretparken, enz.). Net als onze andere voordelen is Pluxee Sport & Culture beschikbaar op onze Pluxee kaart, wat een groot gebruiksgemak garandeert.



### Pluxee Mobility

Met [Pluxee Mobility](#), kunnen bedrijven hun teams een mobiliteitsoplossing op maat aanbieden. De begunstigen beheren hun uitgaven zelf op een gecentraliseerd digitaal platform. Dat stimuleert multimodaliteit: het combineren van meerdere vervoersmiddelen voor één traject. Zo wordt ook het beheer van het federale mobiliteitsbudget makkelijker voor bedrijven die dit aanbieden. Of hoe je actie kan ondernemen voor een groenere, gezondere en duurzamere wereld zonder administratieve rompslomp!



# Terugblik op het voorbije jaar

**Wie heeft ooit beweerd dat duurzaamheid saai moet zijn? Pluxee alvast niet!**

Bij Pluxee Belgium stond 2025 helemaal in het teken van het **sensibiliseren van collega's** rond maatschappelijke uitdagingen, zowel wat betreft het milieu als op sociaal vlak. Dat deden we vooral via interactieve workshops, maar soms ook met webinars en e-learnings. Zo kon iedereen een vorm kiezen die bij hem of haar past. We deinsden er zelfs niet voor terug om verkleed als vuilnisbak het podium op te stappen, om zo de sorteerregels uit te leggen. Die regels is niemand vergeten ...

Ook bij de keuze van de thema's hebben we getracht om in te spelen op de interesses van iedereen. We boden daarom uiteenlopende onderwerpen aan, zoals duurzame IT, verantwoorde AI, plantaardige voeding, inclusief taalgebruik, reizen met de trein, afvalbeheer, enz.

In totaal gaven we maar liefst 1.000 uur opleiding rond duurzaamheid. Dat komt neer op gemiddeld ongeveer vier uur per collega. Een dertigtal collega's werkte mee aan het geven van die opleidingen. Het resultaat? Een tevredenheidsscore van 4,7 op 5. Collega's schatten de impact op hun gedrag op 7 op 10. Dat zijn mooie resultaten, zowel voor de betrokkenheid van medewerkers als voor de impact op hun dagelijks leven. Bovendien inspireren we op die manier ook onze klanten. Dat

motiveert ons om hiermee door te gaan!

Deze workshops inspireerden ons trouwens om ons eigen sensibiliseringsinstrument voor het brede publiek te ontwikkelen: **het Consumptiefresco**. Onze producten verhogen de koopkracht, en dus ook de consumptie. Met dit Fresco helpen we gebruikers om verantwoordelijker te consumeren, in lijn met de Duurzame Ontwikkelingsdoelstelling 12 (Sustainable Development Goals, SDG) van de Verenigde Naties.

Dit spel werd ontwikkeld in samenwerking met het duurzaamheidsadviesbureau Bleen. Het is beschikbaar voor onze eigen collega's, maar ook voor de teams van onze stakeholders en voor het brede publiek. Zo willen we de positieve impact van Pluxee op zijn ecosysteem verder vergroten. In drie uur tijd ontdekken deelnemers op een speelse manier waarom we consumeren, wat onze keuzes beïnvloedt, waar ons geld naartoe gaat, wat de impact is van onze aankopen en, tot slot, hoe het ook anders kan. Op het einde van

de sessie krijgen deelnemers een klein cadeautje mee. Hebben we je nieuwsgierigheid geprikkeld? Neem dan zeker een kijkje op onze [website](#) ;-)

Naast onze inspanningen rond sensibilisering zijn we ook bijzonder trots op de **daling van onze koolstofvoetafdruk**. Sinds 2017 hebben we onze CO<sub>2</sub>-uitstoot met 54% verminderd. Dat mag gevierd worden! Dit mooie resultaat vloeit voort uit onze globale MVO-strategie op lange termijn: Pluxee Belgium plukt vandaag de vruchten van projecten die al enkele jaren geleden werden opgestart. En natuurlijk stoppen we hier niet. We blijven nieuwe initiatieven opstarten om onze klimaatambities te verwezenlijken.

Om onze inzet voor het milieu verder uit te breiden, hebben we beslist om over te schakelen van koolstofcompensatie naar een **milieubijdrage**. Dat klinkt misschien wat technisch. Daarom leggen we dit uitgebreider uit verderop in dit rapport. Maar bondig samengevat, betekent dit dat we onze focus verbreden: naast het klimaat geven we voortaan ook graag

meer aandacht aan biodiversiteit en waterbeheer in onze eigen regio.

Op het vlak van **Diversiteit en Inclusie** heeft Pluxee zijn inspanningen voortgezet rond loongelijkheid, meer begrip voor en inclusie van ondervertegenwoordigde groepen en aan extra vrijwilligersmogelijkheden om lokale gemeenschappen te ondersteunen. Daarnaast sloten we ons aan bij het [Diversity Charter of Belgium](#) om inspiratie op te doen en goede praktijken te delen. Die inspanningen werden ook erkend bij de vernieuwing van het GEEIS-label, waarbij we van maturiteitsniveau 3 naar niveau 4 gingen.

Tot slot heeft al dit werk, en alles wat daarbij komt kijken, ons in oktober 2025 de felbegeerde **Platinum-medaille van Ecovadis** opgeleverd. Een mooi signaal dat we op de goede weg zijn.

Alles details vind je in dit rapport. We wensen je veel leesplezier!

Tot binnenkort,  
**Het duurzaamheidsteam**

# Resultaten 2024 - 2025



**Milieu**



**Sociaal**



**Governance**

# Milieu

Een dienstverlenende onderneming heeft logischerwijs een kleinere ecologische voetafdruk (1.296 t CO<sub>2</sub>e in 2025) dan zware industrie of transportbedrijven. Maar elke onderneming moet haar steentje bijdragen in de strijd tegen klimaatverandering. Daarom meten wij onze directe en indirecte uitstoot van broeikasgassen en hebben we een Net Zero-traject uitgestippeld richting 2035 (SDG 12.2, 13.1). En met meer dan 2,7 miljoen mensen die onze oplossingen in België gebruiken, heeft Pluxee een rol te spelen in het toegankelijker maken van duurzame consumptie (SDG 12.5, 12.8, 13.3).








SDG 12



SDG 13



Prioritaire uitdagingen	Kernindicator	Resultaten 2023	Resultaten 2024	Resultaten 2025	Ambitie 2030	Vooruitgang richting 2030
Promotie van gezonde en duurzame consumptie	Openingspercentage van berichten over ecologisch verantwoord consumeren	42 %	43,5 %	/	Maatregel op pauze gezet	
	Aantal deelnemers aan het Consumptiefresco	/	/	Eerste berekening in FY26	5.000 personen	
	% onderaannemers dat de Supplier Code of Conduct heeft ondertekend	92,1%	98,6 %	87 %	100 %	
Strijd tegen de klimaatverandering	Vermindering van de CO2e-uitstoot volgens het GHG-protocol (scopes 1, 2, 3)	-40,4 % vs 2019	-27 % vs 2017	-54 % vs 2017	-65 % vs 2017 (ambitie 2035 : -90 % vs 2017)	
	% koolstofcompensatie	100 %	100 %	/	Stopzetting van koolstofcompensatie	
	% papierloze cheques	53,6 %	54,4 %	60,7 %	100 %	

Prioritaire uitdagingen	Kernindicator	Resultaten 2023	Resultaten 2024	Resultaten 2025	Ambitie 2030	Vooruitgang richting 2030
Sensibilisering rond maatschappelijke thema's	% medewerkers dat aan minstens 1 workshop deelnam	/	/	76 %	100 %	
Duurzame mobiliteit	% woon-werkverkeer met de auto	67 %	6 %	6 %	< 15%	

## Gezonde en duurzame consumptie promoten

Dankzij onze digitale communicatiekanalen kunnen we vaker boodschappen uitsturen die onze begunstigen aansporen om hun cheques uit te geven bij commerciële activiteiten met een positieve impact. Zo heeft hun consumptie een grotere impact op duurzame ontwikkeling en op de lokale economie.

In 2024-2025 hebben we maandelijks tips rond ecologisch verantwoorde

consumptie verzonden naar bijna 1.700.000 mensen. Al onze nieuwsbrieven bevatten namelijk een suggestie voor duurzamere consumptie, naast andere informatie en promoties. Door er een gewoonte van te maken om gebruikers onderwerpen en tips rond duurzamere consumptie aan te bieden, wordt dit de norm. Dit is het hele punt van gerichte bestedingsoplossingen: ze maken het mogelijk om sectoren en overheidsmaatregelen te ondersteunen die een extra duwtje kunnen gebruiken.

We hebben daarentegen wel de

analyse van het openingspercentage gepauzeerd, tot we een tool gevonden hebben waarmee we dit volledig kunnen automatiseren. Intussen besloten we om verder te gaan dan onze nieuwsbrieven en een middel te vinden dat nog meer impact mogelijk maakt.

Daarom hebben we het [Consumptiefresco](#) ontwikkeld, in samenwerking met Bleen Consulting. Want als er één onmisbare hefboom is voor de ecologische transitie, dan is het wel hoe we ons geld uitgeven. Het Consumptiefresco

is gebaseerd op het Klimaatfresco en behandelt overconsumptie en de sociale en ecologische impact ervan: waar gaat het geld van de Belgen naartoe? Welke factoren beïnvloeden ons koopgedrag? Wat zijn de gevolgen van overconsumptie? Hoe kan je bewuster consumeren?

In 3 uur tijd ontrafelt de groep deze vragen door kaarten te leggen, te debatteren, stil te staan bij eigen gewoontes en te zoeken hoe het anders kan.

### Onze doelstellingen?

1. 100% van onze medewerkers sensibiliseren via het Fresco.
2. Animaties aanbieden aan onze strategische stakeholders om hen te helpen impact te creëren in hun eigen organisaties.
3. Een community van onafhankelijke en vrijwillige begeleiders opbouwen, zodat het een grootschalig sensibiliseringsinstrument

wordt, open voor bedrijven en het brede publiek.

Daarnaast blijven we partner van Eco Wednesday, dat als doel heeft om ecologische producten van online handelaars te promoten op een gecentraliseerd platform. Door onze handelaars uit te nodigen om mee te doen, versterken we het initiatief actief. We promoten de actie eveneens bij klanten, begunstigden en handelaars, om de zichtbaarheid verder te vergroten.

### Verantwoord aankopen

Een deel van het operationeel beheer van onze activiteiten besteden we uit, meer bepaald de productie en het beheer van papieren cheques en betaalkaarten, het transport en een deel van onze callcenters. Onderaanneming ontslaat ons niet van verantwoordelijkheid. We zoeken net naar manieren om sterke partnerships op te bouwen met onze belangrijkste

leveranciers en hen aan te moedigen om een duurzaamheidsstraject te volgen.

Daarom hebben we in 2024 een grote wervingscampagne gevoerd om leveranciers te laten aansluiten bij onze Supplier Code of Conduct. Dit document bundelt onze engagementen rond Business Integrity en behandelt fundamentele mensenrechten, respect voor het milieu via duurzame sourcing, bescherming van informatie en persoonsgegevens, alsook onze ethische principes dankzij onze klokkenluidersfunctie. In 2025 werden 96,83% van onze uitgaven gecoverd door een [Supplier Code of Conduct](#).

In 2024 hebben we een procedure ingevoerd die onze aankopen omkadert. We hebben het MVO-criterium hier officieel in opgenomen als verplicht beoordelingscriterium bij de selectie van een nieuwe leverancier in het kader van een aanbesteding (Request For Proposal). Deze procedure is intussen volledig geïmplementeerd, en het MVO-criterium is voortaan strikt verplicht in de evaluatie van

onze leveranciers, ongeacht de omvang van de aanbesteding.

In onze denkoefening namen we ook de 82 consultants op die we dit jaar inschakelden via consultancybureaus, en die in onze kantoren consultancyopdrachten hebben uitgevoerd. Pluxee doet er alles aan om hen eenzelfde werkcomfort te bieden als onze medewerkers, of het nu gaat om toegang tot onze infrastructuur, ons IT-materiaal of verplichte en facultatieve opleidingen. Dit allemaal binnen het wettelijk kader. Wist je trouwens dat onze consultants ook worden uitgenodigd voor onze duurzaamheidsopleidingen, om zo onze impact verder te vergroten?

Tot slot nemen wij volledig de verantwoordelijkheid op ons voor de koolstofvoetafdruk van al onze activiteiten, inclusief die van onze onderaannemers (scope 3 van de berekening van de broeikasgasemissies, zie hieronder).

## Bestrijding van de klimaatverandering

### Koolstofvoetafdruk

Pluxee Belgium is een van de 96 ondernemingen die de Belgian Alliance for Climate Action (BACA) hebben ondertekend en die hun plan voor de vermindering van broeikasgassen al sinds 2022 hebben laten goedkeuren door het Science Based Targets Initiative ([SBTi](#)). Daarmee engageren we ons om met onze activiteiten proportioneel bij te dragen aan de beperking van de opwarming van de aarde tot 1,5°C, in overeenstemming met het Klimaatakkoord van Parijs.

Op het niveau van de Pluxee Group hebben we bovendien niveau B van het CDP (Carbon Disclosure Project) hernieuwd.

Concreet betekent dit dat we onze uitstoot van broeikasgassen tegen 2030 met 65% moeten verminderen en tegen 2035 met minstens 90% in vergelijking met 2017. In absoluut



volume zullen we dus van 2.805 tCO2e\* in 2017 moeten dalen naar 982 tCO2e in 2030 en naar 280 tCO2e in 2035.

In 2024-2025 bedroeg de totale uitstoot van onze activiteiten in België (perimeters 1, 2 en 3) 1.296 ton CO2e, ofwel 54% minder in vergelijking met 2017. We zijn bijzonder trots op deze vooruitgang, want daarmee lopen we voor op de voorspellingen van ons SBTi-traject!

Vier kernmaatregelen hebben hier dit jaar sterk toe bijgedragen:

- De voltooiing van onze verhuizing in januari 2024. We plukken nu eindelijk alle vruchten van deze ambitieuze beslissing, zowel op vlak van de modal shift in onze mobiliteit als op vlak van ons energieverbruik (hernieuwbare elektriciteit sinds 2019, afschaffing van gas, gebruik van zonnepanelen, optimalisatie van toestellen, beperking van de oppervlakte, enz.);
- De verdere stijging van het aandeel

elektrische wagens (ons autobeleid is voortaan 100% elektrisch, en de groei van het federale mobiliteitsbudget, vereenvoudigd via ons product Pluxee Mobility.

- De aanhoudende vermindering van papieren cheques (vooral gebruikt voor publieke producten);
- De verbeterde datakwaliteit rond de CO2-uitstoot van transporteurs voor onze producten, waardoor we hun impact accurater kunnen berekenen.

Totaal uitstootvolume in 2024-2025 (in tCO2e) volgens het GHG-Protocol		
Scope 1	Scope 2	Scope 3
209 tCO2e	12,5 tCO2e	1075 tCO2e

### Milieubijdrage

Zes jaar lang waren wij het enige bedrijf dat CO2-neutrale cheques uitdeeft. Het label 'CO2-neutraal'\* was de eerste leidraad voor onze actieplannen rond de beperking van onze CO2-uitstoot. Het bood ons de mogelijkheid om projecten te ondersteunen die CO2 absorberen of emissies vermijden, en dat op verschillende locaties wereldwijd. Dit label heeft ons ver gebracht. We zijn er dan ook enorm trots op!

Onze kijk op ecologische uitdagingen evolueert echter, net als de manier waarop we hieraan willen bijdragen. Daarom hebben we besloten om het 'CO2-neutraal'-label stop te zetten en te vervangen.

Ten eerste behouden we onze rigoureuze methodologie en blijven we onze koolstofvoetafdruk jaarlijks meten in lijn met onze engagementen tegenover het SBTi. Na de audit door PwC rond de uitstoot van de hele Pluxee Group, hebben we Bleen en Vinçotte

\* Opmerkelijke lezers is het misschien opgevallen dat onze baseline met 100 kg CO2e is gedaald. Dit komt door een nauwkeurigere herberekening van deze baseline.

aangesteld om de berekeningen specifiek voor Pluxee Belgium te controleren en te certificeren volgens de ISO 14064- norm.

Daarnaast wijzigen we onze bijdrage. We stappen af van een louter wiskundige koolstofcompensatie (x ton CO<sub>2</sub>-uitstoot = x euro steun aan een decarbonisatieproject, vaak in een land in het Zuiden) en kiezen voor bijdrage aan lokale projecten in België die niet alleen het klimaat, maar ook de biodiversiteit en het waterbeheer in onze streek versterken.

We zijn dan ook bijzonder trots om onze samenwerking met Natuurpunt en Natagora te mogen aankondigen! Dit jaar ondersteunen we hen bij de aankoop van gronden in de Snoekengracht en in het natuurgebied van Chaumont, goed voor een totaalbedrag van 20.000 euro. Zo kan het moeras opnieuw fungeren als waterbuffer en extra CO<sub>2</sub> opnemen, terwijl het natuurgebied kwetsbare soorten beschermt.

Weten we met zekerheid dat onze bijdrage evenveel CO<sub>2</sub> zal capteren als wij uitstoten? Neen. Maar zijn we ervan overtuigd dat onze actie bijkomende positieve effecten heeft op andere planetaire grenzen en onze collega's kan inspireren? Absoluut.

Milieubijdrage	
Natuurpunt	12.000 €
Natagora	8.000 €

### Andere planetaire grenzen

Zoals hierboven toegelicht rond onze milieubijdrage, beperkt Pluxee zich niet tot zijn directe (of met andere woorden, materiële) impact op de planeet.

Het model van [planetaire grenzen](#) is ontwikkeld door het Stockholm Resilience Institute. Het definieert veilige grenzen voor menselijke activiteiten om een stabiel en

veerkrachtig systeem te behouden op aarde. Dit model analyseert omvat negen processen, waaronder biodiversiteit, klimaat, zoetwatercyclus, oceanverzuring, enz.

Na onze expertise rond koolstofemissies geconsolideerd te hebben, zijn we nu klaar om onze rol op te nemen in andere domeinen waar onze negatieve impact beperkt is, maar waar we toch willen bijdragen: zoetwaterbeheer, ondersteuning van de lokale biodiversiteit en afvalbeheer.

\* Het label van CO<sub>2</sub>Logic is intussen van naam veranderd, als antwoord op de maatschappelijke veranderingen. Het label heet voortaan 'taking climate action', een mooie evolutie!



Enkele opvallende voorbeelden dit jaar:

- We dragen financieel bij aan projecten, zoals beschreven in het voorgaande hoofdstuk;
- We hebben ook de lancering van The Bridge ondersteund. Deze organisatie wil bruggen slaan tussen burgers en beleidsmakers, om zo hun bezorgdheden over alle levende wezens door te geven naar de juiste instanties;
- Om de sortering in onze vuilbakken te verbeteren, voorzien we slechts op 2 plaatsen vuilnisbakken in het kantoor en organiseren we workshops waarin we de inzameling en de verwerking van afval uitleggen. Eén van onze duurzaamheidsverantwoordelijken stond zelfs op het podium verkleed als vuilnisbak om tips te geven;
- Verspreid in onze kantoren vind je tips om melk bewuster te kiezen, minder water, papier en elektriciteit te verbruiken, enz.

### **Milieuvriendelijkere cheques**

Per uitgegeven euro heeft de productie van papieren cheques een impact op het milieu ... die 16 keer hoger ligt dan bij elektronische betalingen per kaart (bekeken over de volledige levensduur van de kaart). Vandaag is 88% van onze producten elektronisch of volledig gedematerialiseerd (zonder papier noch kaart). Tegen 2035 willen we al onze oplossingen digitaliseren (dematerialiseren).

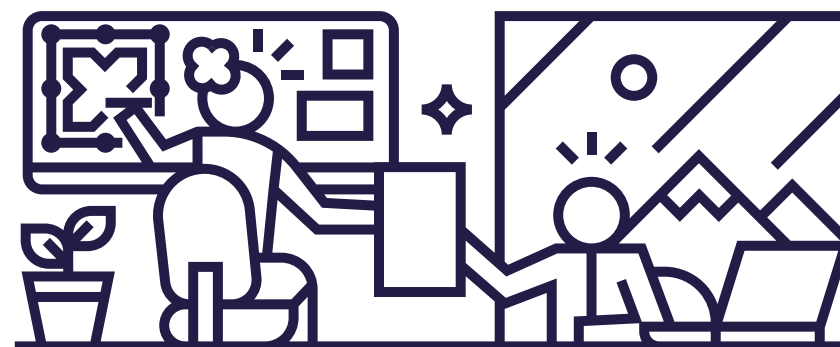
In afwachting worden onze papieren cheques uitsluitend in België geproduceerd op FSC-papier, en na gebruik ingezameld en gerecycleerd. Onze enveloppen zijn van gerecycleerd papier met vensters op basis van maïszetmeel. En onze kaarten worden in Europa geproduceerd uit gerecycleerd PVC (rPVC).

Onze producten digitaliseren is niet alleen goed nieuws voor het klimaat, maar ook voor de personen die onze producten gebruiken. Het risico op verlies van cheques of kaart verdwijnt

immers, en dankzij onze digitale communicatietools (saldoraadpleging, e-mailalerts, ...) verkleint ook het risico dat tegoeden ongebruikt blijven. Digitalisering verhoogt dus de kans dat bedragen effectief worden besteed. En dat is alleen maar in het voordeel van gebruikers én handelaars.

Wat de dienstencheques betreft, verkiest een aantal personen nog altijd het papierformaat. Vooral kwetsbare groepen, omdat zij minder vertrouwd zijn met digitale oplossingen. Sinds 1 juni 2025 is de dienstencheque 100% elektronisch geworden. In Wallonië en Brussel blijft de papiervorm bestaan, die 16% van het totale volume vertegenwoordigt. Het gaat hier dus niet alleen over enkel en eenvoudigweg digitaliseren, maar vooral om gebruikers te begeleiden bij de overgang naar de elektronische dienstencheque. Daarom werken we samen met de regionale overheden aan de inclusieve overgang naar digitalisering van de dienstencheques, die essentiële hulpmiddelen zijn voor de autonomie

van personen en het evenwicht binnen gezinnen.



## Verwezenlijkingen 2024 - 2025

### Sensibilisering rond maatschappelijke thema's

Verandering begint bij jezelf. Maar om te kunnen veranderen, moet je niet alleen het probleem begrijpen en bereid zijn tot een andere aanpak, je moet ook over de juiste informatie en de juiste tools beschikken. Pas dan kan je actie ondernemen, eerst in kleine stappen, daarna op grotere schaal.

Vanuit die overtuiging hebben we sterk ingezet op sensibilisering van onze teams en hebben we besloten om onze vaardigheden ten dienste te stellen van de bredere gemeenschap, door regelmatig deel te nemen aan sensibiliseringsevenementen op grote schaal, of door ze zelf te organiseren.

Voor onze collega's boden we uiteenlopende opleidingsformats en -thema's aan, gaande van korte tot lange sessies, online of fysiek, klassiek of speels, over onderwerpen die hen raken op het werk of in hun

privéleven... Het was voor ons van essentieel belang om aan te sluiten bij hun interesses: door hen tegemoet te komen, kunnen zij ook bij ons aansluiten op andere vlakken.

Het resultaat is dat duurzaamheid leeft in alle teams en alle lagen van het bedrijf, en niet louter bij enkele personen. De werklust wordt gedeeld, expertise wordt breder benut en de betrokkenheid groeit.

### Invoering van een Goodies Policy

Goodies of promotionele voorwerpen voor medewerkers, klanten, partners en begunstigen, kunnen nuttig zijn om top of mind te blijven. Maar hun impact is nooit neutraal en moet dus doordacht en beperkt blijven.

Daarom hebben we een goodies policy uitgewerkt. Die bepaalt wanneer een de keuze voor een goodie aanvaardbaar is en welke criteria gelden, zoals materiaalkeuze, productieplaats, ecologische labels en effectieve bruikbaarheid. We geven ook tips om potentiële greenwashing te herkennen.

Nieuwsgierig? Dan willen we dit document misschien wel delen...

### Einde levensduur van ons IT-materiaal

Sinds september 2024 werken we samen met [Digital For Youth](#). Al ons afgeschreven IT materiaal wordt aan hen geschonken. Zij refurbishen toestellen in goede staat en recycleren beschadigde onderdelen.

De balans van het eerste jaar van onze samenwerking is alvast erg bemoedigend. Dankzij deze samenwerking werden meer dan 190 computers hersteld en geschonken aan verenigingen. Zo konden we 780 kinderen helpen met de versterking van hun digitale vaardigheden. En door de levensduur van deze computers met vier jaar te verlengen, kon bovendien 35 ton CO2 bespaard worden.

# Sociaal

Onze producten en diensten bereiken bijna één op vier huishoudens en twee op drie bedrijven in België. Door hun aard en omvang vormen ze hefboomen voor economische welvaart, of het nu gaat om de ontwikkeling van de lokale economie en toegang tot menswaardig werk, om het wegwerken van ongelijkheden, of om hun bijdrage aan een gezonde voeding. Hoewel de activiteiten van Pluxee op alle niveaus in de onderneming en op haar werkterrein een digitale transformatie hebben ondergaan, berusten ze op mensen. En dat zal altijd zo blijven. Onze impact op personen is meetbaar in gezondheid en welzijn, persoonlijke ontwikkeling, de vermindering van ongelijkheid via het ondersteunen van tewerkstellingsstructuren, en gendergelijkheid (SDG 3.4, 5.1, 5.5, 8.5, 8.7, 8.8, 10.2, 10.3).



SDG 3



SDG 5










SDG 8



SDG 10



Prioritaire uitdagingen	Kernindicator	Resultaten 2023	Resultaten 2024	Resultaten 2025	Ambitie 2030	Vooruitgang richting 2030
Welzijn op het werk	Employee Net Promoter Score (eNPS)	20,1%	40 %	28,4 %	30 %	
	Welzijnsindicator	59,3 %	79 %	76 %	80 %	
Gendergelijkheid	Genderpariteit in het management	41,9 % Vrouwen 58,1 % Mannen	38 % Vrouwen 62 % Mannen	37,3 % Vrouwen 62,7 % Mannen	Pariteitszone (60-40)	
	Loonkloof Mannen - Vrouwen	15,6 %	14 %	12 %	Onder het landelijk gemiddelde	
Opleiding en ontwikkeling	Interne mobiliteit vs externe werving	38 %	43,8 %	47 %	Min. 40 % - Max. 60 %	
Diversiteit, gelijkheid en inclusie	% medewerkers opgeleid en bewust gemaakt van diversiteit, gelijkheid en inclusie	76 %	55,2 %	89,6 %	100 %	
Sociaal-economische impact	% uitgaven in kleine handelszaken	39,4 %	42,2 %	48,6 %	50 %	

## Welzijn op het werk

De Pluxee Group meet jaarlijks de tevredenheid, de betrokkenheid en het welzijn van al zijn medewerkers over de hele wereld. In België schakelden we met onze betrokkenheidsenquête over van een tweemaandelijks naar een driemaandelijks bevraging, omdat de vroegere frequentie als te hoog werd beschouwd. Zo krijgen we doorheen het jaar een duidelijk beeld van de onderneming, en kunnen we de nodige opvolgingsacties en initiatieven opzetten om onze teams te ondersteunen als we zorgwekkende signalen opvangen. De lijnmanager, het afdelingshoofd, het hr-team en de CEO, die alle geanonimiseerde resultaten inkijken, volgen alles nauwlettend op. De resultaten bezorgen we periodiek aan het comité voor preventie en bescherming op het werk (CPBW).

De Employee Net Promoter Score (eNPS) daalde licht naar 28,4. De ontvangen reacties wijzen vooral op een sterke verhoging van de werkdruk

door de transformaties in het bedrijf. Toch blijft dit een sterk resultaat, dicht bij onze doelstelling (30).

Naast het CPBW hebben we een preventiecel die werkt aan ergonomie op het werk, en aan het voorkomen van psychosociale risico's en arbeidsongevallen. Sinds 2024 werken onze preventieadviseurs samen met een interne vertrouwenspersoon en met hulpverleners die opgeleid zijn om collega's die het slachtoffer werden van huiselijk geweld op te vangen (zie hieronder).

Onze teams zijn ook getraind in het omgaan met psychosociale risico's en kunnen op en naast het werk gebruikmaken van welzijns- en gezondheidsprogramma's. Al onze teams hebben ook een hospitalisatieverzekering, een medische en tandheelkundige verzekering, evenals een volledige groepsverzekering.

Daarnaast biedt de Pluxee Group al zijn medewerkers gratis en

anonieme luisterdiensten en diensten voor psychologische, juridische en familiale bijstand aan. Via onze ziekteverzekering profiteren we niet enkel van medische behandelingen die quasi volledig terugbetaald worden, maar ook van gepersonaliseerd online advies op vlak van algemene geneeskunde, voeding, kinesithérapie, stress, lichaamsbeweging, enz.

Er bestaat al jaren een intern programma voor klokkenluiders om conflicten, pesterijen, intimidaties en onaangepast gedrag tegenover onze medewerksters en medewerkers te beheersen, ongeacht of die conflicten binnen of buiten het bedrijf zijn ontstaan. Dit jaar werd geen enkel geval gemeld. De collega's verkiezen meer informele en rechtstreekse kanalen bij problemen.

Verder maken we geen onderscheid tussen vol- of deeltijdse contracten in ons beleid over verloning, toegang tot extralegaal verlof, opleidingen of participatie aan besluitvormingsprocessen. Iedereen

die kiest voor werktijdvermindering heeft toegang tot alle voordelen.

Omdat cohesie binnen een team, vertrouwen en interpersoonlijke relaties op lange termijn worden opgebouwd, werkt 99,6% van onze werknemers en werknemers in vast dienstverband. Dit geldt ook voor onze stagiairs die na een stage een arbeidsovereenkomst krijgen.

## Gendergelijkheid

Gendergelijkheid is een prioritaire pijler van ons MVO-beleid. Daarom hebben we reeds in 2021 een diagnose gesteld in het kader van de [GEEIS](#)-certificering. Zo konden we de belangrijkste hiaten en prioritaire projecten in kaart brengen waar we werk van moesten maken. Onze ambities zijn duidelijk: we streven naar managementpariteit (binnen een marge van 60-40) en naar een gecorrigeerde loonkloof tussen mannen en vrouwen die onder het nationale gemiddelde in de particuliere sector blijft (<12%). Dit vereist meerdere

acties en culturele veranderingen.

In 2024 hebben we ook ons Vita-beleid ingevoerd, waarbij Pluxee het loonverlies compenseert bovenop de uitkeringen van het ziekenfonds en de verzekering als gevolg van het geboorteverlof.

Pluxee staat ook 10 dagen verlof om dwingende reden toe (ziekte van een kind, natuurramp etc.). In het kader van het Vita-beleid worden de eerste 5 dagen normaal betaald. Deze maatregel komt vooral vrouwen ten goede.

Als lid van de Diversity Managers Association in Belgium (DMAB) en van het Diversity Charter verdiepen we onze kennis over alle onderwerpen die verband houden met diversiteit, gelijkheid en inclusie in ondernemingen, en delen we praktijken om op deze uitdagingen in te spelen. Die vertalen zich concreet en geleidelijk in verschillende acties, hetzij binnen het bedrijf, hetzij via partnerships met verenigingen, publieke overheden, scholen of instellingen voor



beroepsopleidingen.

Tot slot ondertekende onze Country Managing Director, Stijn Van Brussel, het [charter ter bevordering van inclusieve panels](#). Hiermee verbindt hij zich ertoe alleen deel te nemen aan panels waar diversiteit is gegarandeerd, zowel in de media als bij publieke evenementen.

## Opleiding en ontwikkeling

Een onderneming wordt verrijkt door de frisse blik van nieuwe mensen die erbij komen, maar evengoed door de interne ontwikkeling van competenties en doorgroeimogelijkheden.

Die vooruitgang draagt bij aan de overdracht van kennis en bedrijfscultuur, aan het behouden van talent en aan de persoonlijke ontplooiing van medewerkers via hun werk. In 2024-2025 werd 47% van de nieuwe vacatures ingevuld via interne mobiliteit. Dat illustreert ruimte om binnen Pluxee een loopbaan uit te bouwen.

Gemiddeld registreerden medewerkers

dit jaar 1,6 opleidingsdagen. Deze opleidingen hadden zowel betrekking op technische kennis (IT-certificaten, boekhoudwetgeving, sociaal recht, verkooptechnieken, GDPR, enz.) als op zogenaamde 'soft skills' (leiderschap, timemanagement, enz.) en gedrag (responsible business conduct, enz.). Die opleidingen zijn essentieel voor een gezonde groei van de onderneming. Het aantal opleidingsdagen ligt lager dan vorig jaar. Dat kan deels verklaard worden door de toegenomen werklust, die – zoals hierboven vermeld – ook een negatieve impact had op de eNPS-score. Een andere reden is dat medewerkers de gevolgde opleidingen voortaan zelf moeten registreren in een tool. Niet iedereen doet dat, waardoor het resultaat lager uitvalt, maar het kan ook betekenen dat het werkelijke aantal opleidingsdagen hoger ligt dan wat hier wordt gerapporteerd.

Ten slotte is er in de hele onderneming een permanent proces voor evaluatie en ontwikkeling geïnstalleerd, zodat elke collega weet wat er van hem of haar verwacht wordt qua prestaties en

permanente persoonlijke ontwikkeling. 100% van onze collega's volgt dit proces, dat ook loopbaanbegeleiding op lange termijn omvat.

## Diversiteit, gelijkheid en inclusie

Iedereen die bij Pluxee aan de slag gaat, neemt deel aan een onthaalprogramma om vlotter zijn weg te vinden in deze nieuwe omgeving, zowel binnen als buiten het eigen team. Deze inclusie-uitdaging is nog belangrijker geworden binnen de context van het toegenomen telewerken.

Daarom moet elke nieuwe medewerker verplicht een sessie van een uur volgen over de basisprincipes van duurzaamheid, inclusief een definitie van de basisconcepten van diversiteit, gelijkheid en inclusie. Deze werd ook verspreid onder de mensen die al aan boord waren. Dankzij deze gemeenschappelijke basis kunnen we dan verder vooruitgaan in deze kwesties.

Nieuwe medewerkers moeten ook het beleid Diversiteit, gelijkheid en inclusie ondertekenen om te bevestigen dat ze die begrijpen.

Om verder te gaan, volgen de collega's een e-learningmodule met praktijksituaties om de uitdagingen rond inclusie, biases, vooroordelen en discriminatie beter te begrijpen. Collega's worden ook uitgenodigd om deel te nemen aan een fresco rond seksisme of diversiteit, om zo de inzichten te verankeren en na te denken over mogelijke acties.

Al deze modules worden uiteraard ook sterk aangemoedigd voor collega's die al langer in dienst zijn.

## Sociaaleconomische impact

De 1,7 miljoen mensen die onze oplossingen met extralegale voordelen gebruiken, hebben een aanzienlijke impact op de nationale economie. Door te investeren in ons partnernetwerk

en door onze begunstigen door te verwijzen naar buurtwinkels, willen we tegen 2030 bereiken dat 50% van de uitgaven in kleine handelszaken gebeurt. Nu zitten we aan 48,6%, met een constante maar trage evolutie. Het is aan ons om nog meer te doen voor deze kleine handelszaken via onze oriëntatieprogramma's voor sociaal en ecologisch verantwoorde consumptie.

Daarnaast hebben we, na het succes van ons partnership met Youlend bij de lancering in 2024, dit ook in 2025 verder gepromoot bij ons netwerk van handelaars. Youlend biedt een flexibele financieringsoplossing voor kleine handelaars die willen groeien. Zo willen we de handelaars in ons netwerk helpen hun activiteit op een stabiele en duurzame manier te ontwikkelen. Het aantal handelaars dat ervan gebruikmaakt stijgt (van 114 naar 138), net als het financieringsbedrag (+23,5%) en de tevredenheidsgraad. Dat moedigt ons aan om deze weg verder te zetten.





## Verwezenlijkingen 2024 - 2025

### Promotie voor lokale handelszaken

Onze teams zetten tal van partnerships verder en breiden ze uit om lokale handelaars in ons netwerk te ondersteunen. Als partner van themadagen zoals Eco-Wednesday, Local Day en het Weekend van de Klant, promoten we bij onze gebruikers zowel de Belgische onlinehandel, die sterke concurrentie ondervindt van buitenlandse platformen, als de buurtwinkels.

Doorheen het jaar zetten we ook handelaars uit ons netwerk in de kijker om ze bij onze gebruikers bekender te maken. Dat doen we via onze nieuwsbrieven, op onze website, met kortingscoupons of via verschillende wedstrijden, zoals in partnership met Swave. Bij elke aankoop in een lokale winkel kregen onze gebruikers een cadeau van de handelaar en konden ze deelnemen aan

onze tombola om een tweedehands elektrische wagen te winnen. In een andere wedstrijd gaven we een cadeaubon van 200 euro aan de 25 gebruikers met het hoogste aantal transacties in lokale handelszaken.

### Solidair met Stop Hunger

De stichting [Stop Hunger](#) werd in 1996 opgericht door Sodexo om honger in de wereld te helpen bestrijden. Sinds de spin-off in 2024 heeft Pluxee aan die kernmissie ook de emancipatie toegevoegd van kwetsbare jongeren en vrouwen, met name op digitaal vlak.

Ook dit jaar hebben onze teams fondsen ingezameld in naam van Stop Hunger. We hebben onder meer:

- een donatie gedaan aan Digital Buddies, naar aanleiding van onze sponsoring van de 20 km door Brussel, om hen te helpen kwetsbare jongeren op te leiden tot digitale coaches voor kwetsbare doelgroepen. We vonden dit een mooie mogelijkheid om via een

watervaleffect impact te hebben op meerdere doelgroepen,

- een andere donatie gedaan voor Circé de l'Îlot, een dagcentrum voor dakloze vrouwen dat voortkomt uit de vzw l'Îlot,
- een twintigtal voedselboxen geschonken aan kwetsbare mensen in Brussel via de Shoe-Box-actie,
- om de twee maanden enkele uren doorgebracht met vrouwen in een opvanghuis om hen te helpen met digitale en administratieve stappen,
- deelgenomen aan initiatieven die Sodexo in het gebouw lanceerde, zoals afterworks of liefdadigheidssoepverkopen.

Kerncijfers 2024 - 2025	
Aanwervingen	37
Personeelsverloop	22,04 %
Loopbaanbegeleiding	91,1 %
Medewerkers die een beroep deden op een beoordelingsplan	100 %
Medewerkers die onder de ondernemingscao vallen	100 %



# Governance

Een onderneming heeft partners nodig om te functioneren. Sinds 2019 laten we ons bijstaan door stakeholders die ons advies geven, ons uitdagen en ons aansporen om verder te gaan. Als onderneming betrokken bij overheidsbeleid, als onderaannemer van regionale of lokale overheden of als deelnemer aan openbare aanbestedingen, moeten de oprechtheid, integriteit en ethische principes van Pluxee onberispelijk zijn. Deze principes passen we dagelijks toe op alle niveaus van de onderneming. Dat is de basis voor een democratische en vreedzame samenleving (SDG 16.3, 16.5, 16.6, 16.7).

Daarnaast sluiten we ons ook aan bij verschillende groeperingen die een boodschap van sobere welvaart met respect voor de menselijke waardigheid verspreiden. We betuigen onze steun door onze ruimtes ter beschikking te stellen en deel te nemen aan hun pleidooi. Inzake Governance waken we ook over de veiligheid van onze eigendommen en van onze klantengegevens. In een wereld waar cybercriminaliteit alom tegenwoordig is, is deze waakzaamheid essentieel om het vertrouwen van onze partners te behouden.



SDG 16



Prioritaire uitdagingen	Kernindicator	Resultaten 2023	Resultaten 2024	Resultaten 2025	Ambitie 2030	Vooruitgang richting 2030
Businessethiek	% van het personeel dat een opleiding businessethiek heeft gevolgd	81 %	99,6 %	98,7 %	99% van het personeel opgeleid	
	Klachten of rechtszaken wegens fraude, corruptie of ander onethisch gedrag	0 %	0 %	0 %	0 %	
Bescherming van persoonsgegevens	% van het personeel dat is opgeleid in de bescherming van persoonsgegevens	66 %	99,6 %	98,7 %	99% van het personeel opgeleid	
Betrokkenheid en verantwoordelijkheid	Mate van zelfstandigheid van de teams	81,4 %	85 %	82 %	90 %	
Transparantie	Jaarlijkse publicatie van niet-financiële resultaten	Gepubliceerd in november 2023	Gepubliceerd in mei 2025	Gepubliceerd in maart 2026	Jaarlijkse publicatie	

Prioritaire uitdagingen	Kernindicator	Resultaten 2023	Resultaten 2024	Resultaten 2025	Ambitie 2030	Vooruitgang richting 2030
Inclusie van stakeholders	Jaarlijks stakeholderforum	Kon niet gerealiseerd worden	Raadpleging van externe stakeholders in de vorm van individuele gesprekken	Raadpleging van externe stakeholders in de vorm van informele gesprekken	Jaarlijkse raadpleging	

## Businessethiek

Om niet al onze inspanningen alleen op financiële doelstellingen te richten, hebben we onze niet-financiële indicatoren in de jaarlijkse ondernemingsdoelstellingen opgenomen. Het gaat om een collectieve verbintenis waarvan voortaan ook de jaarlijkse bonus van al onze medewerkers op alle niveaus van de onderneming afhangt.

Bij Pluxee zijn we allemaal verantwoordelijk voor het dagelijks toepassen van onze ethische principes, in al onze interacties met onze klanten, de mensen die onze

producten en diensten gebruiken, onze netwerkpartners en onze collega's. Daarom is iedereen die voor Pluxee werkt, opgeleid in businessethiek, een opleiding met een jaarlijkse opfrissing die verplicht is voor iedereen, met een participatiegraad van 99,6 % tijdens het voorbije jaar.

Wat moeten we echter doen als we toch gedrag opmerken dat in strijd is met onze ethische principes, zoals bijvoorbeeld een poging tot fraude of corruptie? De Pluxee Group heeft een regeling uitgewerkt om klokkenluiders in het bedrijf te beschermen. Via het programma 'Pluxee Speak Up' kun je via een meldsysteem in alle vertrouwen

een melding doen. De meldingen worden vertrouwelijk behandeld en geanalyseerd op uitvoerend niveau, conform de voorwaarden vastgelegd in de wet. In de afgelopen twee jaar zijn er geen gevallen gemeld voor België.

## Bescherming van persoonsgegevens

Als je persoonsgegevens van bijna drie miljoen mensen in België beheert, moet de strikte bescherming ervan voor ons een prioriteit zijn. Daarom krijgen al onze medewerkers een opleiding rond de bescherming van persoonsgegevens, die jaarlijks wordt geactualiseerd,

evenals rond cyberveiligheid. Dit houdt in dat we ons onvermoeibaar inzetten voor de naleving van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). We zijn dan ook blij te mogen bevestigen dat dit het geval is voor de referentieperiode, waarin we geen enkele klacht hebben ontvangen.

## Bedrijfscultuur

**Life@Pluxee, het culturele kader van de groep**, bepaalt de manier waarop Pluxee omgaat met zijn stakeholders. We streven er hierbij naar om een intelligente leider te zijn wat betreft de sociale voordelen en de betrokkenheid van onze medewerkers en medewerkers.

Tijdens het boekjaar 2025 werd dit op grote schaal uitgerold binnen Pluxee, waarbij 99% van de medewerkers en medewerkers deelnam aan de workshops rond dit thema.

In de loop van het jaar heeft Pluxee het model nog verder uitgebreid met de

creatie van het Life@Pluxee Leadership Compass. Deze tool beschrijft acht leiderschapscompetenties die de cultuur en activiteiten van Pluxee zullen bevorderen.



## Politieke context en verantwoord pleidooi

Dit rapport is intussen uitgegroeid tot een jaarlijkse publicatie, het zesde op rij. Het is een gestructureerd document dat transparant rapporteert over de lokale impact van Pluxee Belgium. Als erkende uitgever beschouwen we het als onze verantwoordelijkheid om niet alleen onze verwezenlijkingen voor te leggen, maar ook onze uitdagingen en verbeterpunten. Daarom hebben we er van bij het begin voor gekozen om de GRI-standaard te volgen, die de gedeelde informatie structureert. Die aanpak past binnen een logica van transparantie en verantwoording tegenover al onze stakeholders.

Diezelfde transparantievereiste stuurt ook ons verantwoord pleidooi. Pluxee handelt binnen een duidelijk afgebakend kader, dat voldoet aan de geldende regels rond belangenvertegenwoordiging, onder meer via ons engagement binnen VIA (Voucher Issuers Association). Deze

officieel erkende beroepsvereniging verdedigt het behoud en de verbetering van elektronische vouchers zoals maaltijdcheques en ecocheques in België, met respect voor de principes van verantwoord bestuur. Onze deelname aan VIA illustreert hoe we op een gestructureerde en gedocumenteerde manier bijdragen aan het politieke debat rond duurzame consumptie, koopkracht en de ondersteuning van de lokale economie.

Het regeerakkoord voorziet tijdens deze legislatuur in een dubbele verhoging van 2 euro van de maximale nominale waarde van de maaltijdcheque, evenals een verbetering van de fiscale aftrekbaarheid voor werkgevers. Die maatregelen erkennen expliciet de rol van dit instrument in de ondersteuning van de koopkracht, een duurzaam loonbeleid en de stimulering van lokale consumptie.

In overleg met de sociale partners kondigt datzelfde akkoord tegelijk ook de intentie aan om andere vormen van cheques geleidelijk te laten uitdoven,

waaronder de ecocheques. Pluxee en VIA volgen deze discussies aandachtig en vanuit een feitelijke en constructieve positie. Het is belangrijk om te benadrukken dat ecocheques vandaag een gericht en efficiënt instrument zijn om duurzame consumptie te ondersteunen, zoals erkend door de Nationale Arbeidsraad. Voor ondernemingen vormen ze een relevant instrument binnen een verloningsbeleid met een positieve milieu-impact. Voor begunstigden bieden ze koopkracht die specifiek gericht is op de aankoop van ecologische goederen en diensten, en die zo een toegankelijke en inclusieve transitie ondersteunt. Voor handelaars, en in het bijzonder lokale handelaars, genereren ze dan weer economische activiteit die gericht is op meer verantwoorde ketens.

Een geleidelijke uitdoving van dit instrument zou dan ook een verzwakking betekenen van een beproefd publiek-privaat mechanisme dat bijdraagt aan de duurzame transitie, de circulaire economie en

de ondersteuning van buurtwinkels.

Met deze stappen bevestigt Pluxee zijn ambitie om op te treden als een verantwoordelijke en transparante actor die zich volop inzet voor een duurzamere, inclusieve en veerkrachtige economie.





## Verwezenlijkingen 2024 - 2025

### Vernieuwing van het GEEIS-label, overgang van niveau 3 naar niveau 4

In december 2025 zijn we met glans geslaagd op de audit van Bureau Veritas voor de vernieuwing van het GEEIS-label.

De overgang van niveau 3 naar niveau 4 vormt een mooie erkenning voor de verbeteringen in onze policy's, onze opvolgingsindicatoren en de vele acties die we samen met onze collega's en ons ecosysteem uitvoeren.

### Ecovadis Platinum-certificaat

Als je de lokale vooruitgang wil steunen, moet je ook aantonen dat je lokaal vooruitgang hebt geboekt. Dus hebben we in België voor het zesde jaar op rij het certificaat van het auditplatform RSE Ecovadis hernieuwd. Dit jaar werden onze inspanningen beloond met het hoogste certificaatniveau: in oktober verkregen we de Platinum-

medaille. Een prachtige erkenning van ons duurzaamheidsbeleid. Met deze Platinum-medaille behoren we tot de top 1% van de bedrijven die door de certificerende instantie worden beoordeeld.

Die erkenning motiveert ons om ook volgend jaar dit niveau te behouden door voortdurend te blijven verbeteren!



# Materialiteiten

## Veerkracht en aanpassing aan de klimaatverandering

Het vermogen van Pluxee om om te gaan met de risico's en opportuniteiten die verband houden met de klimaatverandering. Dit omvat commerciële kansen die voortvloeien uit Pluxee's aanpassingsobjectieven en de ecologische en maatschappelijke problemen die kunnen ontstaan door operationele storingen ten gevolge van de fysieke invloeden van de klimaatverandering.

Zo voldoen de gebouwen waar we in januari 2024 onze kantoren hebben gevestigd aan de meest recente milieunormen om beter tegemoet te komen aan de uitdagingen van vandaag.

## Net Zero tegen 2035

Met dit onderwerp snijden we de vermindering van de uitstoot van broeikasgassen aan (BKG) van rechtstreekse en onrechtstreeks activiteiten (scopes 1, 2 et 3), dus zowel van de bedrijfswagens en de energie van onze gebouwen als van verplaatsingen, producten, diverse aankopen en de IT-infrastructuur.

Het gaat in de eerste plaats om diensten van de toeleveringsketen van Pluxee, die volledig geïntegreerd moeten worden in onze decarbonisatiestrategie. Pluxee ambieert een Net Zero-bijdrage tegen 2035, gevalideerd door het SBTi (vermindering van de uitstoot met 90 % op scope 1 en 2 evenals op scope 3 ten opzichte van het referentiejaar 2017, en met 65% tegen 2030, plus streven naar 100% hernieuwbare elektriciteit tegen 2025).

## Verantwoord ontwerp van onze IT-producten

Het verantwoord ontwerp van een IT-product omvat zowel de impact ervan op het milieu (CO<sub>2</sub>-uitstoot, gebruik van zoetwater, impact op de biodiversiteit etc.) als de maatschappelijke impact (digitale toegankelijkheid, producten die ook ondersteund worden door minder performante hardware etc.).

Pluxee wil een rolmodel zijn voor verantwoorde en koolstofarme digitalisering. Dat betekent dus ook dat Pluxee de levensduur van zijn materiaal verlengt, ecologisch verantwoorde oplossingen ontwikkelt vanaf de start van het project (bijvoorbeeld een binaire code die minder bandbreedte gebruikt, developmentsservers uitschakelen wanneer ze niet gebruikt worden ...), en op zoek gaat naar partners die duurzame



hostingoplossingen en digitale toegang aanbieden.

## Transitie naar verantwoorde betaalmiddelen

Dit onderwerp gaat over initiatieven rond ecologisch ontwerp en circulariteit die we kunnen nemen om de ecologische voetafdruk van producten te verkleinen, om het gebruik van grondstoffen te verminderen, en minder afval te produceren, zonder de digitale inclusie uit het oog te verliezen.

Onze kaarten zijn gemaakt van gerecycleerd pvc en we werken aan de recyclage ervan. Het is onze ambitie om al onze producten volledig te digitaliseren, zonder een deel van de bevolking uit te sluiten.

## Duurzame mobiliteit

Dit onderwerp gaat over het promoten van zachte (openbaar vervoer) en actieve mobiliteit (stappen, fiets, step)

in plaats van een koolstofhoudende mobiliteit (auto of moto). Hoe nemen we onze collega's mee in dit traject, zonder dat ze dit als een beperking van hun vrijheid ervaren?

Deze materialiteit stond centraal bij onze verhuizing, en heeft als voornaamste doel om onze koolstofvoetafdruk te verkleinen, met als extra gevolg een betere gezondheid voor de mensen.

## Betrokken talenten

Deze problematiek heeft betrekking op het vermogen van Pluxee om de beste talenten uit de technologiesector aan te trekken, te behouden en te laten groeien. Om dit te realiseren moeten meerdere elementen uit de volgende (niet-exhaustieve) lijst gecoverd zijn: verloning, welzijn op het werk, sociaal overleg, begeleiding van de talenten.

Onze hr-teams vinden dit erg belangrijk en nemen concrete maatregelen voor elke hefboom (volledige

ziekteverzekering, welzijnsprogramma, constructieve relatie met de vakbonden ...). Het resultaat wordt gemeten via de employee engagement score.

## Diversiteit, gelijkheid en inclusie

Deze materialiteit behandelt Pluxee's vermogen om te verzekeren dat zijn bedrijfscultuur, aanwervingsprocedures en promotieactiviteiten de principes van diversiteit en inclusie respecteren. Ze pakt problemen aan op vlak van discriminerende praktijken op basis van geslacht, leeftijd, cultuur en herkomst, handicap en de LGBTQIA+ community. Ook de gelijkheid van kansen, los van persoonlijke context, komt hier aan bod.

DE&I was altijd al een sterkte van Pluxee, en we blijven er veel energie insteken, bijvoorbeeld met regelmatige acties voor gendergelijkheid en de inclusie van alle ondervertegenwoordigde groepen.

## Bevordering van een verantwoorde consumptie (gezond, inclusief en verantwoordelijk gedrag)

Dit thema gaat in op de kans die Pluxee heeft om verantwoordelijk gedrag op vlak van consumptie te promoten (gezonde, inclusieve en milieuvriendelijke producten en diensten). Pluxee kan informatie verstrekken aan de hand van criteria, of speciale aanbiedingen voorstellen voor gezonde producten en diensten die ontwikkeld werden door diverse handelaren en/of milieuvriendelijk zijn, om zo zijn gebruikers aan te sporen tot een meer verantwoordelijk gedrag.

Deze boodschappen worden meerdere keren per jaar naar onze gebruikers verstuurd via onze nieuwsbrieven.

## Gegevensbescherming, cyberveiligheid en vertrouwelijkheid

Dit onderwerp betreft het beheer van de risico's die gepaard gaan met het gebruik van identificeerbare persoonlijke informatie voor secundaire doeleinden. Deze omvat, maar is niet beperkt tot marketinginformatie, evenals het verzamelen, bewaren en gebruiken van gevoelige, vertrouwelijke en/of exclusieve informatie van klanten. Hierin zitten ook sociale problemen vervat die kunnen voortvloeien uit de aanpak van Pluxee bij het verzamelen van gegevens en bij incidenten zoals datalekken waarbij identificeerbare persoonlijke informatie (IPI) en andere gegevens worden vrijgegeven.

Voor een digitale onderneming is cyberveiligheid een krachtig instrument in de bescherming van de gegevens van Pluxee. Onze collega's volgen regelmatig opleidingen rond dit thema, zodat de stevigheid van onze eerste verdedigingsgordel gewaarborgd blijft.

## Betrokkenheid en welzijn van onze begunstigden

Dit thema richt zich op de ervaring en tevredenheid van onze gebruikers, die worden gemeten dankzij onze digitale tools. We ondersteunen onze klanten ook bij hun eigen uitdagingen op vlak van duurzaamheid, door hen voordelen en beloningen aan te bieden.

Pluxee Belgium organiseert bijvoorbeeld regelmatig wedstrijden om de begunstigden van onze particuliere producten te betrekken.

## Lokale gemeenschappen – Digitale en financiële inclusie

Deze materialiteit analyseert de bijdrage van Pluxee aan de sociale en economische ontwikkeling van gemeenschappen en gebieden door middel van financiële en digitale inclusie. Het doel: garanderen dat alle spelers in het Pluxee-ecosysteem

toegang hebben tot de digitale diensten, maar ook de aanvaarding van betaaloplossingen faciliteren via makkelijkere manieren (bijvoorbeeld QR-codes, mobiele betaalterminals). Dit omvat ook de ontwikkeling van digitale assets die voldoen aan de WCAG 2.1 AA-norm (of RGAA-norm).

Hiertoe behoren met name ook vrijwilligersprogramma's om kwetsbare groepen binnen de bevolking zelfstandiger te maken, te beginnen met kansarme jongeren en vrouwen.

## Publieke aangelegenheden en pleitbezorging

De public affairs-activiteiten van Pluxee zijn gestoeld op transparantie, verantwoordelijkheid en constructief overleg met overheden en alle betrokken partijen. Als erkende uitgever en bemiddelingsplatform wil Pluxee een betrouwbare partner zijn die de regelgeving respecteert, met name bij contacten met administraties, instellingen en beleidsmakers.



Ons doel is om op een feitelijke en evenwichtige manier bij te dragen aan beleidsdebatten over koopkracht, duurzaamheid, de lokale economie en het welzijn van burgers.

Daartoe hanteert Pluxee ethische en transparante praktijken bij belangenvertegenwoordiging. Onze gesprekken zijn gebaseerd op objectieve gegevens en vertrekken vanuit een logica van continue verbetering. Daarom laten we regelmatig onafhankelijke studies uitvoeren om de impact van onze producten te evalueren en, waar nodig, verbeterpunten te identificeren. Die evaluaties helpen om de positieve impact van onze producten verder te versterken en geven beleidsmakers betrouwbare en relevante informatie om doeltreffend en duurzaam beleid uit te werken.

## Zakelijke integriteit en transparantie

Dit onderwerp gaat over integriteit

en ethiek binnen de activiteiten van Pluxee. Dat gaat van het voorkomen van corruptie, fraude en witwassen van geld en het respect voor het recht op concurrentie doorheen zijn volledige waardeketen tot de bescherming van klokkenluidsters en -luiders.

Het omvat ook het begrip van eerlijke praktijken op vlak van betalingen en het sluiten van contracten met commerciële partners, evenals verantwoorde aankopen (bijvoorbeeld wat arbeidsomstandigheden en mensenrechten betreft).

Ook hier spijkeren onze collega's regelmatig hun kennis bij via online trainingen. Onze 'Supplier Code of Conduct' is ook een garantie voor gezonde commerciële partnerships.

## Win-winpartnerships met de handelaars

We willen de betrokkenheid van de handelaars vergroten door partnerships te versterken waar

iedereen beter van wordt, met versterkte steun voor de kmo's.

Doorheen dit rapport hebben we enkele initiatieven met je gedeeld die lokale en duurzame bedrijven ondersteunen.

# Lexicon

## A

### AGV (of GDPR)

Algemene Europese verordening inzake gegevensbescherming. Voor Pluxee is dit een kans om het kader te behouden waarbinnen we de persoonlijke gegevens gebruiken die ons ter beschikking worden gesteld. Voor onze klanten, begunstigden, handelaars en andere stakeholders is het een garantie dat ze in het volste vertrouwen hun persoonlijke gegevens aan ons kunnen toevertrouwen.

## B

### Betrokkenheidsscore

De betrokkenheidsscore (of in het Engels 'engagement rate') is een score die wordt toegekend aan het bedrijf door al zijn werknemers op basis van hun gevoel van verbondenheid, hun instemming met de bedrijfswaarden, en hun tevredenheid over het uitvoeren van hun werk voor deze werkgever.

### Broeikasgassen en CO<sub>2</sub>-equivalenten

Broeikasgassen zijn een groep gassen die bijdraagt aan de opwarming van de aarde en de klimaatverandering. Deze gassen kunnen honderden jaren in de

atmosfeer aanwezig blijven.

De belangrijkste broeikasgassen van menselijke oorsprong zijn:

- koolstofdioxide (CO<sub>2</sub>) dat vrijkomt bij de verbranding van fossiele brandstoffen (kolen, olie, aardgas) of bij de ontbinding van koolstofbronnen (bomen, planten);
- methaan (CH<sub>4</sub>) dat vrijkomt bij veeteelt, rijstvelden, vuilnisbelten, lekke aardgasnetwerken enz. Het blijft minder lang in de atmosfeer dan CO<sub>2</sub>, maar kan voor 28 keer meer opwarming zorgen;
- distikstofoxide (N<sub>2</sub>O), dat kan vrijkomen bij het bemesten bijvoorbeeld.

Er bestaan ook andere broeikasgassen van menselijke oorsprong, zoals

chlorofluorkoolwaterstoffen (CFK) en geperfluoreerde koolwaterstoffen (PFC).

Je kunt de gassen onderling vergelijken door ze om te zetten in 'CO<sub>2</sub>-equivalent' (CO<sub>2</sub>e) om hun individuele en totale bijdrage aan de opwarming van de aarde te bepalen. We hebben het dan over tonnen CO<sub>2</sub>e, door de impact van elk van deze gassen bij elkaar op te tellen.



## CO<sub>2</sub>-neutral Company-certificaat

Certificaat afgeleverd door CO2Logic en gecontroleerd door Vinçotte. Het garandeert dat de volledige activiteitenperimeter van het bedrijf CO<sub>2</sub>-neutraal is door een systeem

van recurrente vermindering van de uitstoot en compensatie van de resterende uitstoot door projecten voor koolstofreductie te financieren. Niet te verwarren met koolstofneutraliteit (zie hieronder), wat het ultieme doel is.

We hebben besloten om hier dit jaar mee te stoppen. Deze certificering krijgt overigens een nieuwe naam: 'taking climate action'.

## CSRD

De CSRD (wat staat voor Corporate Sustainability Reporting Directive) is een Europese richtlijn die sinds 2024 van kracht is. Ze verplicht grote ondernemingen om elk jaar een rapport over hun duurzaamheid te publiceren, op basis van de ESG-criteria: ecologie, sociaal en governance.

De Pluxee Group heeft in oktober 2025 een overgangsrapport gepubliceerd, opgesteld in de geest van de European Sustainability Reporting Standards (ESRS)



## Dubbele materialiteitsmatrix

Tool om de uitdagingen van een onderneming op het vlak van maatschappelijke verantwoordelijkheid te rangschikken, enerzijds voor wat betreft de impact van de omgeving op de business, en anderzijds voor wat betreft de impact van de onderneming op de omgeving. De dubbele materialiteitsmatrix werd ontwikkeld op basis van de matrix die werd opgelegd door het Global Reporting Initiative (GRI), en vormt het onmisbare uitgangspunt voor een duurzame ontwikkelingsstrategie die gericht is op de externe en financiële effecten die door de activiteit van een bedrijf gegenereerd worden.

## Dubbele materialiteitsoefening

Tool die gebruikt wordt om te evalueren in welke domeinen onze activiteiten een impact hebben op ons ecosysteem (planeet, samenleving ...) en waar ons ecosysteem een impact heeft op onze activiteiten. Deze tool is een verplichte stap van het Global Reporting Initiative en van het CSRD en vormt het onmisbare uitgangspunt voor een duurzame ontwikkelingsstrategie gericht op de positieve en negatieve effecten die door de activiteiten van een bedrijf gegenereerd worden.



## Ecovadis-certificaat

Ecovadis is een wereldwijde benchmark om het maatschappelijk verantwoord

ondernemen van bedrijven uit de particuliere sector te beoordelen. De certificering bepaalt het percentage dat bereikt werd van de doelstellingen en kent 4 niveaus van medailles toe (brons, zilver, goud en platina) aan de meest verdienstelijke bedrijven. Ze wordt onderworpen aan een jaarlijkse audit en covert vier domeinen van duurzame ontwikkeling:

- Milieu
- Sociale en mensenrechten
- Ethiek
- Verantwoord inkopen

## Employee Net Promoter Score (of eNPS)

Deze indicator geeft het percentage van onze medewerkers weer dat Pluxee aanbeveelt als werkgever op een schaal van 1 tot 10.

- Tussen 0 en 6: je medewerkers worden beschouwd als criticasters die afbreuk doen aan het werkgeversmerk;
- Tussen 7 en 8: ze worden ingedeeld in de categorie van passieve medewerkers;
- Tussen 9 en 10: ze worden opgenomen als promotors

Om je NPS te berekenen, moet je het percentage criticasters aftrekken van het percentage promotors, en laat je de neutrale medewerkers buiten beschouwing. Een voorbeeld: 50% van de medewerkers beveelt Pluxee als werkgever aan en 20% doet het omgekeerde. Het verschil bedraagt 30. Dat is het minimumniveau dat we in 2025 wensten te behalen.

# F

## Fresco (van het klimaat, de digitalisering, het seksisme, de consumptie, enz.)

Dit didactische format werd in 2018 in Frankrijk ontwikkeld door de organisatie 'Fresque du Climat'. Het biedt een speelse, interactieve en toegankelijke manier om soms complexe concepten beter te begrijpen.

Aan de hand van collectieve intelligentie en met behulp van verklarende kaarten maken deelnemers en deelnemers zich deze thema's eigen. Ze leren de systemische werking en de impact ervan begrijpen en gaan vervolgens op zoek naar concrete oplossingen.

Sinds de oprichting van de 'Fresque du Climat' zijn er volgens hetzelfde format honderden workshops ontwikkeld.

## Full Time Equivalent (of FTP)

Time Equivalent of 'voltijds equivalent' is de meeteenheid van de totale loonmassa van een bedrijf, teruggebracht naar het voltijdse arbeidsregime van de onderneming. Als 5 mensen halftijds werken, bedraagt het Full Time Equivalent 2,5.

# G

## GEEIS-label

Internationaal label voor gendergelijkheid. Het gaat gepaard met een praktijktoets. Er moet ook een actieplan zijn. Bureau Veritas gaat om de twee jaar na hoeveel vooruitgang is geboekt.

## Genderpariteit in het management

Verhouding tussen mannen en vrouwen op besluitvormingsposities. De pariteit wordt als bereikt beschouwd wanneer de verhouding binnen de vork 60-40 valt.

## Global Reporting Initiative (GRI)

Internationaal referentiesysteem waarin de beginselen van niet-financiële transparantie zijn opgenomen. GRI-conforme rapporten moeten inhoudelijk het referentiesysteem volgen en voldoen aan de principes van nauwkeurigheid, vergelijkbaarheid, betrouwbaarheid en tijdigheid.

**I**

## Interne mobiliteit

Proces dat een medewerker toelaat om binnen het bedrijf of tussen filialen van functie te veranderen.

**K**

## Klokkenluiders

Een klokkenluider is een persoon die in het kader van zijn werk een situatie aan het licht brengt of meldt die wijst op illegaal of gevaarlijk gedrag dat een bedreiging vormt voor het algemeen belang of de integriteit van de onderneming of van een van haar medewerkers.

**L**

## Loonkloof

Op basis van de methode die Statbel en het Instituut voor de Gelijkheid van Vrouwen en Mannen toepassen, vergelijken we het gemiddelde uurloon van vrouwen met dat van mannen in ons bedrijf en dit voor alle functies samen. De kloof wijst dus niet op een verschil in loon voor gelijk werk, maar veeleer op het gemiddelde loonniveau in het bedrijf, dat we vervolgens per gender vergelijken. Dit om de redenen voor deze kloof te achterhalen en om een actieplan op te zetten, in overeenstemming met de GEEIS-certificeringscriteria.

## Loopbaanbegeleiding

Proces dat openstaat voor elke werknemer die een doel voor

loopbaanontwikkeling wil stellen tegen een bepaalde deadline en een multidisciplinair plan wil opzetten om dit doel te bereiken.

**M**

## Milieubijdrage

De milieubijdrage bestaat uit investeringen in projecten die bijdragen aan het behoud van het leven in brede zin (het klimaat, de biodiversiteit, de bodemkwaliteit, de watercyclus, ...) Zo ondersteunen we bijvoorbeeld verenigingen bij de aankoop van gronden om die te beschermen. Daardoor krijgen bodems de kans om te herstellen, kan water beter worden opgeslagen en kunnen flora en fauna zich opnieuw ontwikkelen.

# N

## Net Zero en koolstofneutraliteit

Voor een onderneming verwijst de term 'koolstofneutraliteit' naar het investeren in compensatieprojecten voor een volume CO<sub>2</sub> dat gelijk is aan de uitstoot die in een jaar wordt gegenereerd.

De term 'net zero' of 'netto-nuluitstoot' verwijst naar investeringen in projecten die CO<sub>2</sub> uit de atmosfeer halen en opslaan, zodat die uitstoot fysiek wordt verwijderd.

In alle gevallen geldt dat ondernemingen eerst hun uitstoot van broeikasgassen drastisch moeten verminderen. Wat daarna nog niet kan worden gereduceerd, kan vervolgens worden gecompenseerd of verwijderd via dergelijke projecten.

# O

## Openingspercentage

Meeteenheid in de marketing om te bepalen welk aandeel van de ontvangers kennis heeft genomen van een bericht. Als een e-mail naar 1 miljoen bestemmingen wordt gestuurd en 238.980 onder hen openen hem, dan bedraagt het openingspercentage 23,9%. Men gaat ervan uit dat de impact van een elektronisch bericht dat naar consumenten wordt verstuurd bevredigend is vanaf dat het openingspercentage 25% bedraagt.

## Outplacement

Outplacement is het begeleiden van personen die werden ontslagen om hen te helpen een nieuwe baan te vinden.

# S

## Science-based targets Initiative (SBTi)

Het Science Based Targets initiative (of SBTi) is een samenwerking tussen het Carbon Disclosure Project (CDP), de Verenigde Naties, het World Resources Institute (WRI) en het WWF. Het helpt bedrijven uit de particuliere sector bij het vastleggen van hun doelstellingen om de uitstoot van broeikasgassen te verminderen conform de Akkoorden van Parijs en op een wetenschappelijk aantoonbare basis.

Bedrijven die meestappen in het SBTi beloven het totale volume van hun directe emissies (scope 1), van hun indirecte emissies gelinkt aan energie (scope 2) en andere indirecte emissies, inclusief degene die hun onderaannemers

uitstoten (scope 3) bekend te maken en te laten controleren.

## Spin-off

De Spin-off komt neer op de vorming van een nieuw bedrijf (Pluxee Group) in het kader van een afsplitsing van een bedrijfstak van een bestaande onderneming (Sodexo Groep). Deze bestaat uit een uitkering van de aandelen van de dochteronderneming in de vorm van dividenden aan de aandeelhouders van de aandelen van de dochteronderneming, in ruil voor de oorspronkelijke aandelen van het moederbedrijf. Als gevolg van deze afsplitsing worden de aandelen van de Pluxee Group genoteerd op de Beurs van Parijs.

## Stakeholder

Persoon of organisatie die een direct of indirect belang heeft in het voorwerp van het bedrijf. Synoniem van 'belanghebbende partij'.

# W

## WCAG

### 2.1-toegankelijkheidsnorm

Een waaier aan aanbevelingen om de inhoud van elektronische communicatie toegankelijk te maken voor mensen met een beperking en een atypisch profiel. En ze tegelijk leesbaarder te maken voor alle gebruikers in het algemeen.



# GRI-concordantietabel

Pluxee Belgium heeft gerapporteerd in overeenstemming met de GRI-normen voor de periode van 1 juni 2024 tot 31 augustus 2025. GRI1: Foundation 2021 werd gebruikt. Er werden geen sectoriële normen gebruikt omdat er geen beschikbaar zijn.

GRI Standard / Other source	Disclosure	Location	Omission		
			Requirement(s) omitted	Reason	Explanation
<b>General Disclosures</b>					
<b>GRI 2: General Disclosures 2021</b>	2-1 Organizational details	4	A gray cell indicates that reasons for omission are not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.		
	2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	4			
	2-3 Reporting period, frequency and contact point	4			
	2-4 Restatements of information	4			
	2-5 External assurance	9			
	2-6 Activities, value chain and other business relationships	5, 6			
	2-7 Employees	11			

GRI Standard / Other source	Disclosure	Location	Omission		
			Requirement(s) omitted	Reason	Explanation
<b>GRI 2: General Disclosures 2021</b>	2-8 Workers who are not employees	35			
	2-9 Governance structure and composition	18			
	2-10 Nomination and selection of the highest governance body			Not applicable	All governance bodies are managed at global level, not in Belgium: not in the scope of this report but available in the integrated Pluxee Group report.
	2-11 Chair of the highest governance body			Not applicable	All governance bodies are managed at global level, not in Belgium: not in the scope of this report but available in the integrated Pluxee Group report.
	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	18			
	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	18			
	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	18			

GRI Standard / Other source	Disclosure	Location	Omission		
			Requirement(s) omitted	Reason	Explanation
<b>GRI 2: General Disclosures 2021</b>	2-15 Conflicts of interest	20			
	2-16 Communication of critical concerns			Not applicable	All governance bodies are managed at global level, not in Belgium: not in the scope of this report but available in the integrated Pluxee Group report.
	2-17 Collective knowledge of the highest governance body			Not applicable	All governance bodies are managed at global level, not in Belgium: not in the scope of this report but available in the integrated Pluxee Group report.
	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body			Not applicable	All governance bodies are managed at global level, not in Belgium: not in the scope of this report but available in the integrated Pluxee Group report.
	2-19 Remuneration policies			Not applicable	All governance bodies are managed at global level, not in Belgium: not in the scope of this report but available in the integrated Pluxee Group report.

GRI Standard / Other source	Disclosure	Location	Omission		
			Requirement(s) omitted	Reason	Explanation
<b>GRI 2: General Disclosures 2021</b>	2-20 Process to determine remuneration			Not applicable	All governance bodies are managed at global level, not in Belgium: not in the scope of this report but available in the integrated Pluxee Group report.
	2-21 Annual total compensation ratio			Not applicable	All governance bodies are managed at global level, not in Belgium: not in the scope of this report but available in the integrated Pluxee Group report.
	2-22 Statement on sustainable development strategy	15, 55			
	2-23 Policy commitments	34, 49 - 54			
	2-24 Embedding policy commitments	49 - 54			
	2-25 Processes to remediate negative impacts	17, 29			
	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	51			
	2-27 Compliance with laws and regulations			Not applicable	No fine nor other sanction

GRI Standard / Other source	Disclosure	Location	Omission		
			Requirement(s) omitted	Reason	Explanation
<b>GRI 2: General Disclosures 2021</b>	2-28 Membership associations	9 - Jul			
	2-29 Approach to stakeholder engagement	15 - 20			
	2-30 Collective bargaining agreements	48			
<b>Material topics</b>					
<b>GRI 3: Material Topics 2021</b>	3-1 Process to determine material topics	21 - 23	A gray cell indicates that reasons for omission are not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.		
	3-2 List of material topics	17 - 19, 55 - 59			
<b>Anti-corruption</b>					
<b>GRI 3: Material Topics 2021</b>	3-3 Management of material topics	50 - 51			
<b>GRI 205: Anti-corruption 2016</b>	205-1 Operations assessed for risks related to corruption			Not applicable	Managed at Group level, not country
	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures				
	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken			Not applicable	No confirmed incident

GRI Standard / Other source	Disclosure	Location	Omission		
			Requirement(s) omitted	Reason	Explanation
<b>Materials</b>					
<b>GRI 3: Material Topics 2021</b>	3-3 Management of material topics	6 - 34			
<b>GRI 301: Materials 2016</b>	301-1 Materials used by weight or volume	38 - 39			
	301-2 Recycled input materials used	38 - 40			
	301-3 Reclaimed products and their packaging materials	38, 40			
<b>Emissions</b>					
<b>GRI 3: Material Topics 2021</b>	3-3 Management of material topics	35 - 37			
<b>GRI 305: Emissions 2016</b>	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	32, 36			
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	32, 36			
	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	32, 36			
	305-4 GHG emissions intensity			Not applicable	Only CO2 emissions are in our scope, no other GHG
	305-5 Reduction of GHG emissions	32, 36			

GRI Standard / Other source	Disclosure	Location	Omission		
			Requirement(s) omitted	Reason	Explanation
<b>GRI 305: Emissions 2016</b>	305-6 Emissions of ozone-depleting substances (ODS)			Not applicable	Only CO2 emissions are in our scope, no other GHG
	305-7 Nitrogen oxides (NOx), sulfur oxides (SOx), and other significant air emissions			Not applicable	Only CO2 emissions are in our scope, no other GHG
<b>Employment</b>					
<b>GRI 3: Material Topics 2021</b>	3-3 Management of material topics	41			
<b>GRI 401: Employment 2016</b>	401-1 New employee hires and employee turnover	42			
	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	43			
	401-3 Parental leave	44			
<b>Occupational health and safety</b>					
<b>GRI 3: Material Topics 2021</b>	3-3 Management of material topics	39 - 42			
<b>GRI 403: Occupational Health and Safety 2018</b>	403-1 Occupational health and safety management system	43 - 46			

GRI Standard / Other source	Disclosure	Location	Omission		
			Requirement(s) omitted	Reason	Explanation
<b>GRI 403: Occupational Health and Safety 2018</b>	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	43			
	403-3 Occupational health services	43			
	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	55			
	403-5 Worker training on occupational health and safety	42			
	403-6 Promotion of worker health	38, 42			
	403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	42			
	403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system	39 - 41			
	403-9 Work-related injuries			Information unavailable/incomplete	This information is not yet collected

GRI Standard / Other source	Disclosure	Location	Omission		
			Requirement(s) omitted	Reason	Explanation
<b>GRI 403: Occupational Health and Safety 2018</b>	403-10 Work-related ill health			Information unavailable/incomplete	This information is not yet collected
<b>Training and education</b>					
<b>GRI 3: Material Topics 2021</b>	3-3 Management of material topics	42			
<b>GRI 404: Training and Education 2016</b>	404-1 Average hours of training per year per employee	42			
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	42			
	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	45 - 46			
<b>Diversity and equal opportunity</b>					
<b>GRI 3: Material Topics 2021</b>	3-3 Management of material topics	46			
<b>GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016</b>	405-1 Diversity of governance bodies and employees	11, 29, 42, 44 - 45			
	405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men	42			

GRI Standard / Other source	Disclosure	Location	Omission		
			Requirement(s) omitted	Reason	Explanation
<b>Local communities</b>					
<b>GRI 3: Material Topics 2021</b>	3-3 Management of material topics	13			
<b>GRI 413: Local Communities 2016</b>	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	13, 15, 57			
	413-2 Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities			Not applicable	No negative impact identified
<b>Public policy</b>					
<b>GRI 3: Material Topics 2021</b>	3-3 Management of material topics	17			
<b>GRI 415: Public Policy 2016</b>	415-1 Political contributions	22, 24, 49, 52			
<b>Customer privacy</b>					
<b>GRI 3: Material Topics 2021</b>	3-3 Management of material topics	21			
<b>GRI 418: Customer Privacy 2016</b>	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	34, 49 - 52			



## Contactpersoon

Christel Ergo  
Sustainability Manager

[christel.ergo@pluxeegroup.com](mailto:christel.ergo@pluxeegroup.com)

+32 (0)471 / 55.79.39

## Grafisch ontwerp

Cédric Danaux