

IDEARTE



DE
KRACHT
VAN

duurzaam
Ondernemen

duurzaamheidsverhaal 2022–2025

Inhoudsopgave



Vrijwaringen	4		
Methodologie	4		
Van data naar actie	4		
Status van dit document	5		
Inhoud en aansprakelijkheid	5		
Voorwoord	6		
Over Idearté	8		
BASIC MODULE – ALGEMENE INFORMATIE	14		
B1. Basis voor rapportering	14		
B2. Praktijken, beleid en toekomstplannen voor een duurzame transitie	16		
Duurzaamheidsstrategie	16		
Stakeholdersanalyse	18		
Van analyse naar actie	20		
Stakeholderbevraging als vertrekpunt	22		
Participatie	24		
Materialiteitenmatrix	25		
Environmental: bewust omgaan met onze ecologische voetafdruk	26		
Social: inzetten op menselijkheid en welzijn	26		
Governance: verantwoordelijkheid nemen als organisatie	26		
Ons framework: Communication Impact Circle	28		
VSME datapunten	31		
ENVIRONMENT / MILIEUVRIENDELIJK BELEID	32		
B3: Energieverbruik en broeikasgasemissies	34		
VSME datapoints	35		
Gerealiseerde acties	36		
Geplande acties	38		
B4: Vervuiling/verontreiniging van lucht/water/bodem	40		
B5: Biodiversiteit	42		
VSME datapoints	43		
Gerealiseerde acties	44		
Geplande acties	44		
		B6: Waterverbruik en lozingen	46
		VSME-datapoints	47
		Gerealiseerde acties	48
		Geplande acties	48
		B7: Grondstoffengebruik, circulaire economie en afvalbeheer	50
		VSME datapoints	51
		Gerealiseerde acties	52
		Geplande acties	54
		SOCIAL / MENSVRIENDELIJK BELEID	58
		B8: Medewerkers: algemene kenmerken en arbeidsomstandigheden	60
		VSME datapoints	61
		Gerealiseerde acties	62
		B9: Medewerkers: gezondheid en veiligheid	64
		VSME datapoints	65
		Gerealiseerde acties	66
		Geplande acties	70
		B10: Medewerkers: verloning, collectieve overleg en opleiding	72
		VSME datapoints	73
		Gerealiseerde acties	74
		Geplande acties	74
		GOVERNANCE / ECONOMISCH EN VERANTWOORDELIJK BELEID	78
		B11: Veroordelingen en boetes wegens corruptie of omkoping	80
		VSME datapoints	81
		B12: Werknemers in de waardenketen	82
		Gerealiseerde acties	83
		Geplande acties	83
		B13: Betrokken gemeenschappen	84
		Gerealiseerde acties	86
		Geplande acties	90
		B14 Consumenten en eindgebruikers	92
		Gerealiseerde acties	93
		Geplande acties	95
		Matrix SDG	98
		Slotwoord	99

METHODOLOGIE

Voor dit verslag baseerden we ons op de **VSME-richtlijnen**, de Europese standaard voor duurzaamheidsrapportering door kmo's. Tegelijk maakten we bewust de koppeling met **ESG en de Sustainable Development Goals (SDG's)**.

Die combinatie is niet vanzelfsprekend: de drie kaders zijn momenteel nog niet op elkaar afgestemd. Toch geloven wij dat ze elkaar versterken. ESG biedt een duidelijke structuur (en vormt ook de basis van ons boek 'De kracht van duurzame communicatie' en onze tool 'Communication Impact Circle'®), VSME is het formele Europese kader, en het **VCDO-traject** vereist expliciete aandacht voor de SDG's.

Daarom hebben we een eigen poging gedaan om ze met elkaar te verbinden — mogelijks nog niet perfect, maar wél met ambitie en openheid. Suggesties tot verbetering zijn altijd welkom.

VAN DATA NAAR ACTIE

In dit verslag vind je de verplichte rapportering volgens de VSME-datapoints, maar we zijn bewust verder gegaan dan dat. Bij elk onderdeel tonen we ook onze **belangrijkste realisaties én concrete plannen voor de toekomst**.

Zo willen we niet alleen voldoen aan de normen, maar vooral een transparant én inspirerend verslag maken. Een rapport dat laat zien wat we doen, waar we naartoe willen en waarmee we hopelijk ook andere organisaties kunnen inspireren om stappen te zetten.

STATUS VAN DIT DOCUMENT

Dit duurzaamheidsverslag van Idearté is opgesteld volgens de richtlijnen van de VSME Exposure Draft 2024, een vereenvoudigde versie van de Europese duurzaamheidsrapportering (ESRS) voor kleine en middelgrote ondernemingen.

Aangezien dit rapport deel uitmaakt van een test- en leertraject, kunnen er nog inhoudelijke wijzigingen volgen in de definitieve richtlijnen. Dit verslag is opgesteld op basis van de huidige inzichten en met respect voor de principes van evenwichtige, eerlijke en transparante communicatie.

INHOUD EN AANSPRAKELIJKHEID

We hebben dit verslag met veel zorg en aandacht samengesteld. Toch kan het natuurlijk gebeuren dat er ergens een onvolledigheid of onduidelijkheid is binnengeslopen. Zie je iets dat niet klopt of dat beter kan? Laat het ons gerust weten — we staan altijd open voor feedback en blijven graag samen leren.

Voorwoord

Als communicatiebureau geloven wij in de kracht van beelden en woorden. Niet als mooie praatjes, maar als motor van verandering. Want echte vooruitgang – economisch, ecologisch én sociaal – ontstaat wanneer mensen verhalen delen, ideeën uitwisselen en perspectieven veranderen.

Bij Idearte noemen we dat **duurzame communicatie**. Communicatie die niet alleen merken versterkt, maar ook **mensen in beweging brengt**. Die organisaties helpt om hun verantwoordelijkheid te nemen én hun impact te vergroten.

We gidsen onze klanten richting duurzaamheid: door strategisch mee te denken, door heldere en eerlijke communicatie op te zetten en door verhalen te vertellen die inspireren tot actie. Maar dat doen we niet zonder ook kritisch naar onszelf te kijken. Want **duurzaam communiceren begint bij duurzaam doen.**

In dit verslag delen we hoe wij zelf bouwen aan een duurzamere toekomst. Dat doen we stap voor stap. Door **bewuste keuzes** te maken in ons dagelijks werk – van de leveranciers met wie we samenwerken tot de tools die we gebruiken. Door ons engagement zichtbaar te maken – van interne acties tot externe campagnes. En door te blijven leren – over wat er beter kan, waar we impact maken en hoe we onze voetafdruk verder kunnen verkleinen.

Sommige keuzes zijn klein, bijna onzichtbaar. Andere zijn fundamenteel en strategisch. Maar samen vormen ze een duidelijke richting: vooruit, met oog voor **economische, sociale en ecologische vooruitgang**. Eén ding staat voor ons vast: Wie duurzaam wil doen, moet er ook over durven praten.

Welkom in ons verhaal.

Patricia en Aline



ELEVATOR PITCH

Communicatie heeft de kracht om de wereld te veranderen. Wij zetten die kracht bewust in met duurzame creatieve strategieën die merken versterken, mensen verbinden en een positieve impact creëren op economie, beleid, mens en milieu.

Sinds 1993 combineren we als communicatieliefhebbers strategisch inzicht met creatieve magie. In co-creatie bouwen we — samen met een team van schatten van mensen, magiemakers, doordenkers en resultaatpartners — aan communicatie die klopt, raakt en in beweging zet. Van merkverhaal tot campagne, van interne betrokkenheid tot externe beleving: altijd met het oog op een mooiere leef- en werkwereld.

WAARDEN

DOORDENKERS

We stellen kritische vragen, zoeken meerdere invalshoeken en dagen onszelf en elkaar uit om verder te denken. In co-creatie met klanten bouwen we aan duurzame oplossingen die inhoudelijk kloppen én creatief blijven verrassen.

RESULTAATPARTNERS

We werken als betrokken partners die meedenken én meewerken. Altijd doelgericht, met oog voor economische, sociale en ecologische impact. Elke actie is doordacht en meetbaar. Want communicatie moet niet alleen mooi zijn, maar ook werken.

SCHATTEN VAN MENSEN

We zijn gewoon onszelf: warm, hardwerkend en oprecht. We bouwen informele, hechte relaties — met collega's, klanten en partners. Bij Idearté voel je je snel thuis.

MAGIEMAKERS

Wie bij Idearté werkt, maakt communicatie die raakt. We vertalen strategie naar creatieve concepten die emotie oproepen, verrassen en inspireren. Magie ontstaat wanneer iets blijft hangen — voelbaar, herkenbaar en onvergetelijk.



ONZE ACTIVITEITEN EN DIENSTEN

Bij Idearté combineren we strategisch inzicht met creatieve magie om merken en organisaties sterker, duurzamer en betekenisvoller te maken. Of je nu een merk wil resetten of bouwen van nul, een communicatie_campagne op poten wil zetten of je interne werking helder wil stroomlijnen — wij denken en creëren mee met jou.

DUURZAME BRANDING

Merk(en)strategie
Merkidentiteit
Employer branding
Merklancering
Merkbeleving

CO-CREATIESESSIES

DUURZAME COMMUNICATIE

Communicatiestrategie
Contentmarketing
Duurzaamheidscommunicatie
Lead generation
Rekruteringscommunicatie
Interne communicatie
Grafische vormgeving
In-house ondersteuning

VERBINDINGEN MET KUNSTENAARS

ORGANISATIE EN BESTUUR

AANDEELHOUDERSSTRUCTUUR

De aandelen van Idearté zijn in handen van de twee zaakvoerders, Patricia Robinne (65,6%) en Aline Ghys (34,4%). Beiden participeren via hun eigen managementvennootschap. Daarnaast bezit Patricia ook een klein aandeel als natuurlijk persoon. De verdeling van de aandelen is als volgt:

De verdeling ziet er dus als volgt uit:

- **RobinArt** (rechtspersoon – vennootschap van Patricia Robinne)
Ondernemingsnummer: BE0822.039.564
Participatiegraad: 58,93%
- **Patricia Robinne** (natuurlijk persoon)
Participatiegraad: 6,67%
- **Beyond Words BV** (rechtspersoon – vennootschap van Aline Ghys)
Ondernemingsnummer: BE0688.748.696
Participatiegraad: 34,4%

BESTUUR EN LEIDING

Idearté wordt geleid door twee zaakvoerders, Patricia Robinne en Aline Ghys. Samen staan zij in voor het strategisch beleid en de creatieve koers van het bureau. Als complementair duo combineren ze visie, ondernemerschap en duurzaamheid met een sterke klantgerichtheid en hands-on aanpak.

Patricia is ondernemer van nature. Al sinds haar achttiende droomt ze van een bureau dat artistieke creativiteit koppelt aan communicatie met maatschappelijke meerwaarde. Haar creatieve en duurzame visie is verweven met elk facet van de werking.

Aline brengt scherpe analyse, strategisch inzicht en een ontembare creatieve energie samen. Ze ademt innovatie en duurzaamheid en is een stuwende kracht achter de toekomstgerichte positionering van Idearté.

ORGANISATIE

Idearté werkt met een flexibel en multidisciplinair teammodel. Voor elk project worden op maat samengestelde teams gevormd, opgebouwd rond specifieke expertises zoals strategie, creatie, copywriting, design of digitale media. Zo garanderen we een efficiënte en duurzame aanpak, afgestemd op de noden van klant én context.

We werken zoveel mogelijk met medewerkers op de payroll. Freelancers worden enkel ingeschakeld bij uitzonderlijke piekmomenten of wanneer er specifieke expertise nodig is die we niet in huis hebben. Ook dan gaan we zorgvuldig te werk: we selecteren externe partners op basis van hun specialiteit én prijs-kwaliteitverhouding, zodat we de kwaliteit van onze dienstverlening blijven garanderen.

PUBLICATIES EN TOOLS

BOEK: DE KRACHT VAN DUURZAME COMMUNICATIE

Communicatie heeft de kracht om verandering in gang te zetten. Vanuit die overtuiging én onze nieuwsgierigheid, passie en bezorgdheid over een veranderende wereld, schreven we het boek 'De kracht van Duurzame Communicatie'.

Het toont hoe woorden en beelden – als ze bewust worden ingezet – kunnen inspireren, verbinden en bijdragen aan een duurzamere, rechtvaardigere samenleving.

Bij Idearté zien we duurzame communicatie als een hefboom voor échte transitie. Dit boek is een onmisbare gids voor iedereen die inziet dat communicatie meer is dan het verspreiden van een boodschap.

Met praktische methodieken, inspirerende cases en diepgaande reflecties biedt het een rijk inzicht in de vele schakeringen van duurzame communicatie. Het boek is opgebouwd rond vijf thema's:

- Communicatie die inspireert tot duurzaam gedrag
- Duurzame branding: een merk met een duurzaam DNA
- Duurzame communicatie (in de manier waarop je communiceert)
- Communiceren over duurzaamheid
- Communiceren gericht op duurzame relaties

Intussen werden al 254 fysieke exemplaren van het boek verspreid — via verkoop of als geschenk. Omdat we in het boek expliciet oproepen om het door te geven, heeft onze boodschap hopelijk nog veel meer mensen bereikt.

Daarnaast organiseren we regelmatig lezingen rond het boek, waarmee we de inzichten verder delen en het gedachtegoed van duurzame communicatie blijven verspreiden.

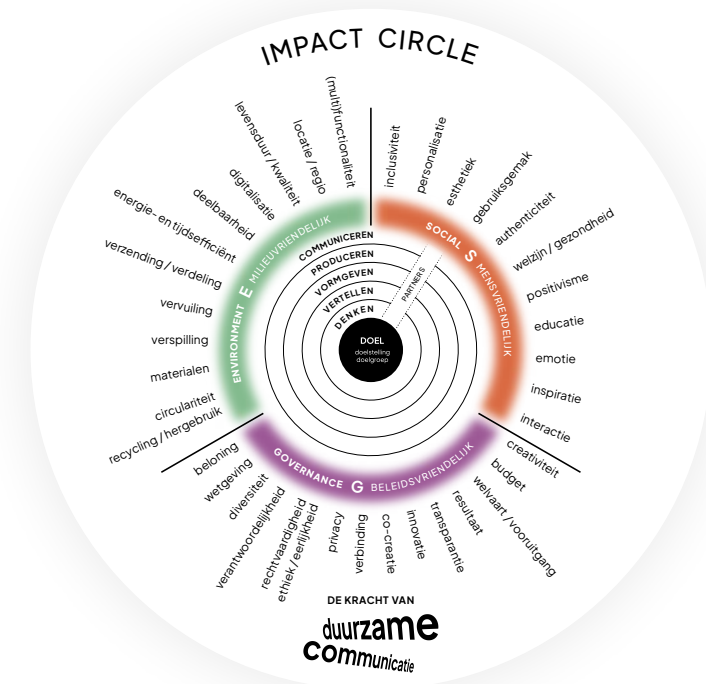


TOOL: COMMUNICATION IMPACT CIRCLE®

Om bedrijven, organisaties en overheden te helpen ontdekken hoe communicatie kan bijdragen aan duurzame vooruitgang, ontwikkelden we de **Communication Impact Circle®**.

Tijdens interactieve workshops begeleiden we stakeholders op een 36m² doek langs 36 essentiële principes van duurzame communicatie. Samen staan we stil bij wat goed loopt, wat beter kan én welke impactvolle keuzes vandaag al mogelijk zijn.

De Communication Impact Circle® stimuleert niet alleen strategische communicatiekeuzes, maar zet vaak ook aan tot ruimere reflectie. Zo groeit ze uit tot een inspiratiebron voor het herdenken van organisatieprocessen, productdesign of bredere duurzaamheidsinitiatieven.



Basic Module:

algemene informatie



B1. Basis voor rapportering

Juridische vorm van de onderneming (volgens nationale wetgeving):
Idearté is een besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid (bv)

NACE-code: 73.110 – Reclamebureaus.

Idearté telt één vestiging

Site	Adres	Postcode	Stad	Land
Kantoor	Aalst-Dorp 9B	3800	Sint-Truiden	België



Basic Module:

algemene informatie



B2. Praktijken, beleid en toekomstplannen voor een duurzame transitie

DUURZAAMHEIDSSTRATEGIE

Onze duurzaamheidsstrategie vertrekt vanuit een helder doel: bijdragen aan **economische, sociale en ecologische vooruitgang** – voor onszelf, onze klanten en de samenleving rondom ons.

Onze grootste hefboom? De impact die we samen met onze klanten kunnen realiseren. Door hen te begeleiden in hun duurzaamheidsverhaal – via heldere strategieën, eerlijke communicatie en betekenisvolle merken – kunnen we onze positieve impact exponentieel vergroten. Maar dat begint natuurlijk bij onszelf: **duurzaam communiceren kan pas als je ook duurzaam onderneemt**. Daarom nemen we onze eigen werking kritisch onder de loep en zetten we concrete stappen in de juiste richting.



Onze strategie is opgebouwd rond **drie centrale Sustainable Development Goals (SDG's)** die het best aansluiten bij wie we zijn en waar we het verschil kunnen maken:

- **SDG 3: Goede gezondheid en welzijn** – We investeren in een gezonde werkomgeving en een positieve werkcultuur, met aandacht voor mentaal welzijn, werkgeluk en persoonlijke groei. Want mensen die zich goed voelen, maken het verschil – voor klanten, collega's én zichzelf. Met onze duurzame en creatieve communicatiecreaties zorgen we ook extern voor sociale vooruitgang en dragen we bij aan een goede gezondheid en welzijn.

- **SDG 8: Eerlijk werk en economische groei** – We bouwen intern aan een werkomgeving waarin eerlijke kansen, respectvolle samenwerking en toekomstgerichte ontwikkeling centraal staan. Vanuit die sterke basis tonen we extern dat duurzaamheid en economische groei samengaan. Duurzame communicatie maakt bedrijven en organisaties aantrekkelijker voor klanten, medewerkers en investeerders. Het versterkt merken, vergroot de betrokkenheid van stakeholders en creëert waarde op lange termijn. Door als communicatiebureau voluit te kiezen voor deze niche, geloven we dat we niet alleen onze impact vergroten, maar ook onze eigen economische groei verzekeren in een wereld die volop in transitie is.

- **SDG 12: Verantwoorde consumptie en productie** – We kiezen bewust voor duurzame materialen en leveranciers en denken na over hoe communicatiematerialen efficiënt geproduceerd en hergebruikt kunnen worden. Zo maken we duurzame keuzes in elke stap van het communicatieproces.

- **SDG 17: Partnerschap om doelstellingen te bereiken** – we geloven sterk in samenwerking: binnen ons team, met klanten, leveranciers, partners en het bredere ecosysteem waarin we actief zijn. Samen boeken we beleidsvriendelijke en economische vooruitgang – sneller, sterker en met meer draagvlak.

Deze SDG's vormen het kompas van onze duurzaamheidsaanpak. Ze helpen ons keuzes maken, prioriteiten stellen en onze acties afstemmen op wat er echt toe doet.

Basic Module:

algemene informatie



B2. Praktijken, beleid en toekomstplannen voor een duurzame transitie

STAKEHOLDERSANALYSE

Een duurzame organisatie bouw je niet alleen. Daarom startten we onze duurzaamheidsstrategie met een grondige **stakeholderanalyse**, om in kaart te brengen wie door onze werking beïnvloed wordt, en wie er op zijn beurt impact uitoefent op ons als organisatie.

We onderscheiden daarin **primaire stakeholders**, die rechtstreeks verbonden zijn met onze werking – zoals klanten, medewerkers en partners – en **secundaire stakeholders**, die meer indirect betrokken zijn, zoals overheden, de media of de bredere maatschappij. Deze indeling helpt ons om prioriteiten te stellen en gericht in dialoog te gaan.

INDELING STAKEHOLDERS

Primaire

- Zaakvoerders
- Klanten
- Werknemers
- Scholen/Onderwijs/Opleidingen
- Experts/Adviseurs
- Ambassadeurs (Kunstenaars/Experts/Influencers)
- Stagiaires
- Financiële instellingen/Kredietverstrekkers
- Toekomstige klanten
- Toekomstige medewerkers

Secundaire

- Familie
- Werknemersorganisaties (Voka/VKW/Athoc)
- De maatschappij
- De natuur
- Leveranciers (direct/indirect)
- Omwonenden
- Overheid (EU/lokaal)
- Concurrenten
- Media/Pers



Basic Module:

algemene informatie



VAN ANALYSE NAAR ACTIE

Naast deze categorisering brachten we ook de **invloed en het belang** van elke stakeholdergroep in kaart. Zo konden we inschatten:

- Wie we proactief moeten betrekken bij ons duurzaamheidsbeleid;
- Welke groepen cruciale kennis of verwachtingen meebrengen;
- Waar er kansen liggen voor samenwerking of verbetering.

Dit leidde tot een indeling in vier kwadranten (zie matrix), waarbij vooral **zaakvoerders, werknemers, klanten, experten en de bredere maatschappij** als stakeholders met zowel **veel invloed als veel belang** naar voren kwamen. Deze groepen vormen dan ook een belangrijke leidraad in de keuzes die we maken.

INDELING STAKEHOLDERS VOLGENS INVLOED EN BELANG

Belang	INDELING STAKEHOLDERS VOLGENS INVLOED EN BELANG	
	Veel belang en weinig invloed	Veel belang en veel invloed
	• Werknemersorganisaties (Voka/VKW/Athoc) • Klanten (secundair) • Toekomstige medewerkers • Stagiaires • Financiële instellingen/Kredietverstrekkers • Leveranciers (direct) • Media/Pers • Overheid (EU)	• Zaakvoerders • Werknemers • Experten/Adviseurs • De maatschappij • Klanten (primair) • Toekomstige klanten • Ambassadeurs (Kunstenaars/Expert/Influencers)
	Weinig belang en weinig invloed	Veel invloed en weinig belang
	• Leveranciers (indirect) • Omwonenden • Familie • De natuur • Concurrenten	• Scholen/Onderwijs/Opleidingen • Overheid (lokaal)
	Potentiële invloed	



Basic Module: algemene informatie

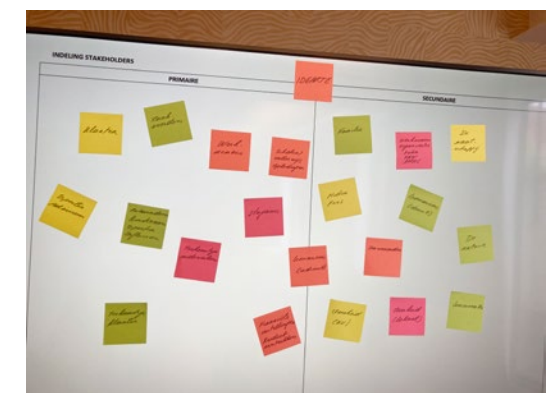
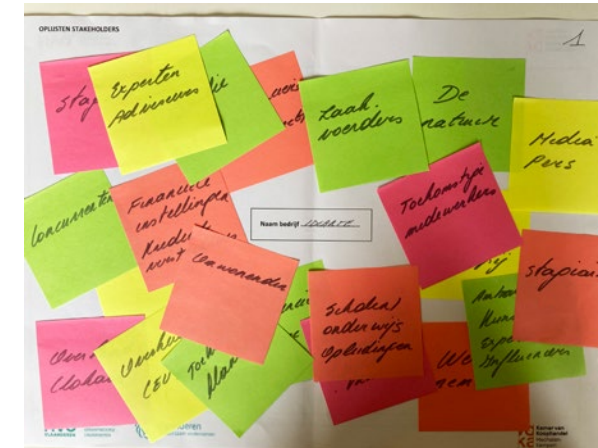
B2

STAKEHOLDERBEVRAGING ALS VERTREKPUNT

Op basis van deze analyse hebben we een **gerichte bevraging uitgewerkt** voor onze belangrijkste stakeholders. Klanten, leveranciers, onderwijsinstellingen, financiële partners, koepelorganisaties en andere betrokkenen kregen de kans om hun visie te delen over hoe zij onze rol als duurzame speler zien.

De inzichten uit die bevraging worden actief meegenomen in de concretisering van ons actieplan en helpen ons om relevant en toekomstgericht te blijven.

Voor ons is dit geen eenmalige oefening. **Stakeholderbetrokkenheid is een essentieel onderdeel van onze duurzaamheidsstrategie**, en we blijven in dialoog met onze omgeving om ons beleid scherp te houden, onze impact te vergroten en nieuwe kansen tot samenwerking te benutten.



Basic Module:

algemene informatie



PARTICIPATIE

Onze stakeholderanalyse gaf ons niet alleen inzicht in wie onze belangrijkste betrokkenen zijn, maar legde ook de basis voor hoe we met hen willen omgaan: in dialoog, met openheid, en vanuit gedeelde verantwoordelijkheid. En dat is intern niet anders.

Bij Idearté geloven we dat duurzame verandering het meeste impact heeft wanneer ze gedragen wordt door de mensen die ze elke dag mee vormgeven. Daarom kiezen we bewust voor een participatieve aanpak, zowel intern als extern.

- **Intern: gedragen van binnenuit**

We richtten een duurzaamheidscomité op onder begeleiding van Ready2Improve en Axudo. Dit comité bestaat uit medewerkers die zich extra willen engageren voor de duurzame toekomst van Idearté. Zij stelden een concreet actieplan op en komen op regelmatige basis samen om acties op te volgen, vorderingen te evalueren en nieuwe ideeën aan te reiken. Zo ontstaat er geen top-down beleid, maar een levend engagement dat groeit van binnenuit – gevoed door goesting, betrokkenheid en gedeelde verantwoordelijkheid.

- **Extern: luisteren naar onze omgeving**

Duurzaamheid stopt niet aan onze voordeur. Daarom gingen we ook in gesprek met de wereld rondom ons. Via een stakeholderanalyse brachten we onze belangrijkste stakeholders in kaart en definieerden hun invloed en belang. We vroegen hen vervolgens via een bevraging naar hun verwachtingen, bezorgdheden en suggesties.

Deze inzichten vormen een waardevolle spiegel én een leidraad voor ons duurzaamheidsbeleid. Want alleen door écht te luisteren en samen te werken, kunnen we stappen zetten die er toe doen – voor ons, en voor iedereen waarmee we verbonden zijn.

MATERIALITEITENMATRIX

Om onze duurzaamheidsstrategie scherp te stellen en onze inspanningen te richten op waar we het meeste impact kunnen maken, voerden we een **materialiteitsanalyse** uit. Deze analyse helpt ons bepalen welke thema's het belangrijkste zijn – zowel voor Idearté zelf, als voor onze stakeholders.

We evalueerden duurzaamheidsonderwerpen binnen de drie ESG-domeinen: **Environmental (milieu)**, **Social (mens)** en **Governance (maatschappij)**. Daarbij bekeken we elk thema vanuit twee perspectieven:

- Het belang voor onze stakeholders
- De impact en relevantie voor Idearté

De resultaten van deze oefening werden visueel weergegeven in drie **materialiteitsmatrices**. Elk onderwerp kreeg een plaats op basis van zijn dubbele relevantie, waardoor duidelijk wordt welke thema's voor ons de hoogste prioriteit krijgen in de verdere uitrol van ons duurzaamheidsbeleid.

Basic Module:

algemene informatie



Environmental:

bewust omgaan met onze ecologische voetafdruk

Binnen de milieuthema's komen onderwerpen zoals levensduur/kwaliteit, materiaalkeuze, circulaire oplossingen en lokale verankering duidelijk naar voren als topprioriteiten. Ook energie-efficiëntie, multifunctionaliteit en het vermijden van verspilling scoren hoog.

Social:

inzetten op menselijkheid en welzijn

Op sociaal vlak tonen de resultaten een sterke nadruk op inclusiviteit, welzijn & gezondheid, positieve communicatie en emotionele connectie. Ook thema's zoals educatie, inspiratie en gebruiksgemak dragen bij tot onze sociale impact, zowel intern als extern.

Governance:

verantwoordelijkheid nemen als organisatie

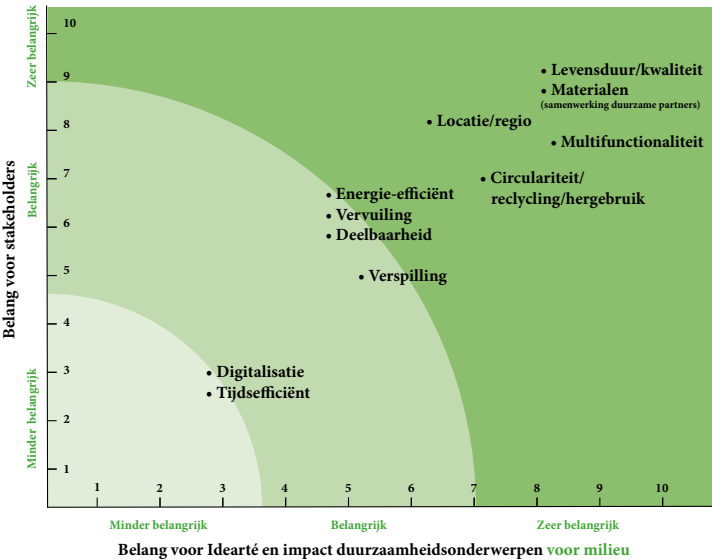
In het governance-luik wordt het belang van transparantie, rechtvaardigheid, co-creatie en resultaatgerichtheid benadrukt. Thema's zoals diversiteit, creativiteit en maatschappelijke vooruitgang worden erkend als sleutelwaarden voor een geloofwaardige en toekomstgerichte organisatie.

Deze materialiteitsanalyse vormt het fundament voor onze strategische keuzes. Ze helpt ons om te focussen, gericht te communiceren en verantwoordelijkheid op te nemen in de thema's die er het meeste toe doen – voor onze medewerkers, klanten, partners én de samenleving.

Op basis van deze analyse kozen we ervoor om onze duurzaamheidsstrategie te richten op vier SDG's waar we de meeste impact kunnen maken:

- **SDG 3:** Goede gezondheid en welzijn
- **SDG 8:** Eerlijk werk en economische groei
- **SDG 12:** Verantwoorde consumptie en productie
- **SDG 17:** Partnerschap om doelstellingen te bereiken

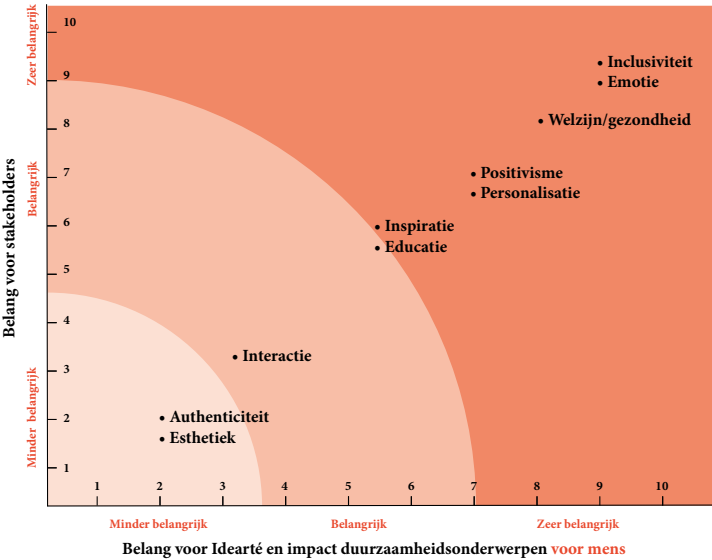
Materialiteitsmatrix duurzaamheidsprincipes **Environment** volgens Communication Impact Circle



Duurzaamheidsprincipes ESG

- Environment**
1. multifunctionaliteit
 2. locatie/regio
 3. levensduur/kwaliteit
 4. digitalisatie
 5. deelbaarheid
 6. energie- en tijdsefficiënt
 7. verzending/verdeling
 8. vervuiling
 9. verspilling
 10. circulariteit/recycling/hergebruik

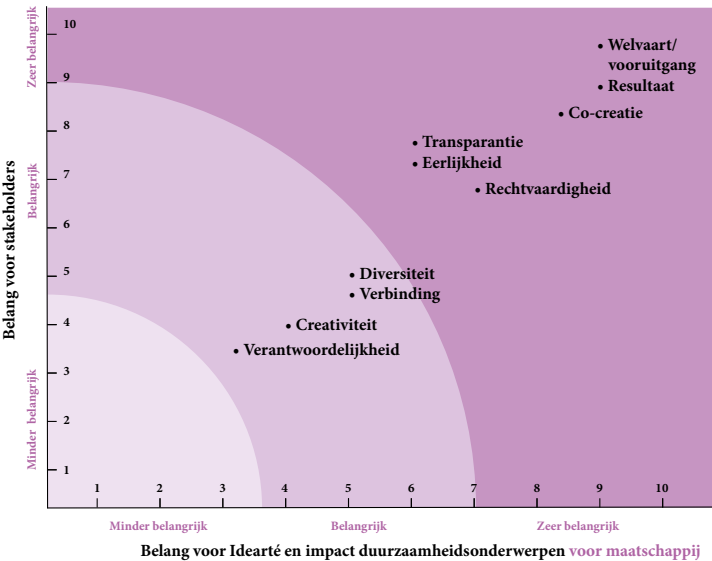
Materialiteitsmatrix duurzaamheidsprincipes **Social** volgens Communication Impact Circle



Duurzaamheidsprincipes ESG

- Social**
1. inclusiviteit
 2. personalisatie
 3. esthetiek
 4. gebruiksgemak
 5. authenticiteit
 6. welzijn/gezondheid
 7. positivisme
 8. educatie
 9. emotie
 10. inspiratie
 11. interactie

Materialiteitsmatrix duurzaamheidsprincipes **Governance** volgens Communication Impact Circle



Duurzaamheidsprincipes ESG

- Governance**
1. beloning
 2. wetgeving
 3. diversiteit
 4. verantwoordelijkheid
 5. rechtvaardigheid/ethiek/eerlijkheid
 6. privacy
 7. verbinding
 8. co-creatie
 9. innovatie
 10. transparantie
 11. resultaat
 12. welvaart/vooruitgang
 13. budget
 14. creativiteit

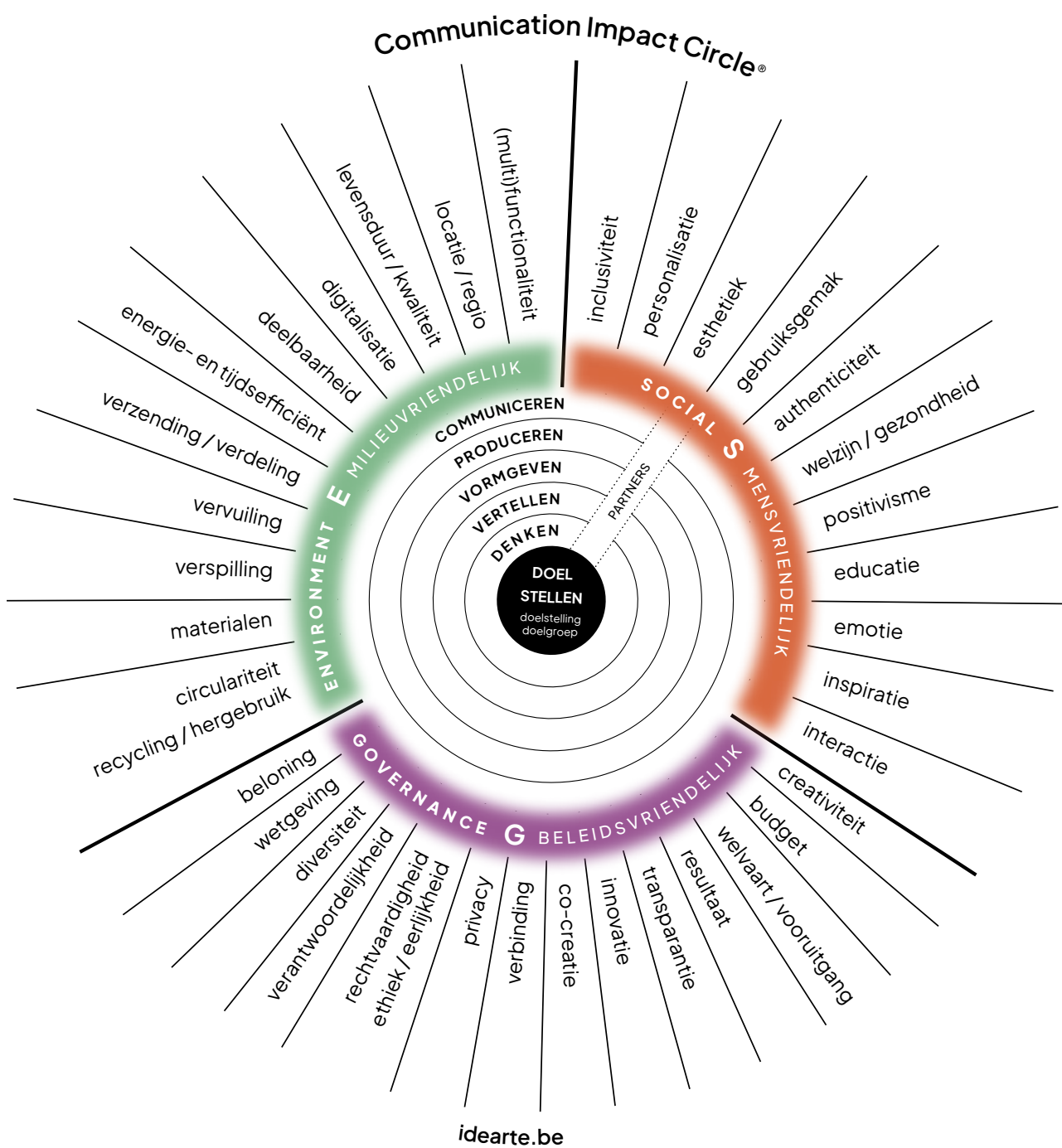
B2

Deze tool kreeg bovendien een breder podium in ons boek '**De kracht van duurzame communicatie**', waarin de Communication Impact Circle een belangrijk hoofdstuk vormt. Dankzij het boek bereiken we nog meer mensen en organisaties met ons pleidooi: communiceer niet alleen slim, maar ook duurzaam.



Basic Module:

algemene informatie



VSME datapoints

	Heb je bestaande duurzaamheidspraktijken/-beleid/-toekomstplannen die betrekking hebben op een van de volgende duurzaamheidsthema's? [JA/NEE]	Zijn ze publiek beschikbaar? [JA/NEE]	Bevat het beleid doelstellingen? [JA/NEE]
Klimaatverandering	JA	JA	JA
Vervuiling (lucht, water, bodem)	NEE	NEE	NEE
Water en mariene hulpbronnen	JA	JA	JA
Biodiversiteit & ecosystemen	JA	JA	JA
Circulaire economie	JA	JA	NEE
Eigen werknemers	JA	JA	JA
Werknemers in de waardeketen	JA	JA	JA
Gemeenschappen	JA	JA	
Consumenten / eindgebruikers	JA	JA	
Verantwoord zakendoen	JA	JA	



ENVIRONMENT

MILIEUVRIENDELIJK BELEID

Bij Idearté geloven we dat communicatie ook een ecologische voetafdruk heeft. Daarom maken we bewuste keuzes— zowel in onze eigen werking als in de oplossingen die we voor klanten bedenken. Zo maken we duurzame impact, zonder in te boeten op creativiteit.



Energieverbruik en broeikasgasemissies

B3



Klimaatverandering is één van de grootste uitdagingen van onze tijd. Idearté erkent haar rol als organisatie binnen dit bredere geheel. Hoewel onze **ecologische voetafdruk als communicatiebureau relatief beperkt is**, nemen we structurele maatregelen om onze impact te verlagen.

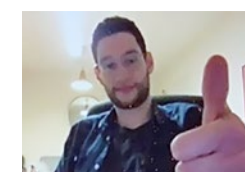
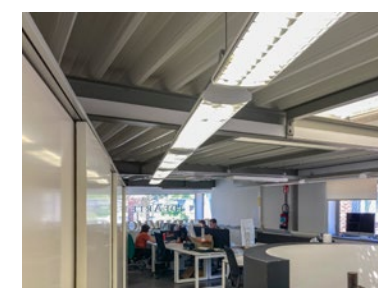
We monitoren actief ons energieverbruik en streven naar een **zo laag mogelijke CO₂-uitstoot**. In wat volgt geven we een overzicht van ons huidige verbruik, de maatregelen die we reeds namen en de acties die we in het komende jaar ondernemen om verder te verduurzamen.

VSME datapoints

	Hernieuwbare energie	Niet-hernieuwbare energie	Totaal
Elektriciteit zoals vermeld op de energiefacturen	4153,93 kWh (49,70%)	4204,07 kWh (50,30%)	8358,00 kWh
Brandstoffen zoals diesel, benzine, aardgas...		5536,93 liter aardgas 2000 liter diesel	7536,93 liter

gerealiseerde acties

- Polyvalente ruimtes ingericht
om energieverbruik te beperken
(vergaderzaal wordt ook
gebruikt als eetzaal)
- Reorganisatie bureauruimte
zodat we slechts één gebouw
moeten verwarmen
- TL-verlichting vervangen
door energiezuinige LED-verlichting
60% zuiniger
- Thuiswerk
1x per week aanmoedigen
om woon-werkverkeer te verminderen
- Online meetings waar mogelijk
in plaats van fysieke verplaatsingen
- Duurzaam transportbeleid
openbaar vervoer /
carpoolen indien mogelijk
- Bedrijfswagens delen
voor werkverplaatsingen
- Fietsvergoeding



geplande acties

- Overschakelen naar 100% groene stroom via energieleverancier
- Slimme meters installeren voor meer inzicht in energieverbruik
- Energieverbruik servers controleren en optimaliseren
bv. policy voor het bewaren van klantenbestanden
Doel: 200 kg CO₂/jaar minder
- Websites verduurzamen
vermindering indirecte CO₂ via digitale optimalisatie
- Zonnewering voorzien
om minder te moeten verkoelen in de zomer
- Elektrische (deel)wagens
opnemen in wagenpark
1 diesel/benzine vervangen per jaar
- Oplaadpunt
voor e-bikes en elektrische wagens op kantoor voorzien
- CO₂-uitstoot in kaart brengen (scope 1 & 2)
 - totale broeikasgasuitstoot (in ton CO₂-equivalent)
 - CO₂-intensiteit per omzet

CASE RESLIN DUURZAME BRANDING

Bij Idearté geloven we dat communicatie ook circulair kan zijn. Zowel in onze interne werking als in onze creatieve oplossingen voor klanten passen we de principes.

Bij Idearté geloven we dat communicatie ook circulair kan zijn. Zowel in onze interne werking als in onze creatieve oplossingen voor klanten passen we de principes.



DE KRACHT VAN
DUURZAME COMMUNICATIE

B4

Biodiversiteit

B5



Idearté is gevestigd op één locatie die **niet gelegen is in of nabij een biodiversiteitsgevoelig gebied**. We beheren geen gronden in of rond beschermde natuurzones of ecologisch kwetsbare regio's. Toch streven we naar een bewuste omgang met de natuurlijke omgeving. In en rond ons kantoor kiezen we waar mogelijk voor **vergroening, ontharding en natuurvriendelijke inrichting**.

VSME datapoints

Totale grondoppervlakte in gebruik (in hectare)	2a 23ca
Verharde oppervlakte (bv.. gebouwen, parkings, opritten)	2a 5ca
Groene / natuurgerichte oppervlakte op het terrein	18 ca
Groene / natuurgerichte oppervlakte buiten het terrein (bv.. sponsoring van natuurprojecten, geadopteerde percelen ...)	0

gerealiseerde acties

- Aanplanting van groene tuin
- Klimaatwandeling met eco-gids voor bewustmaking rond biodiversiteit

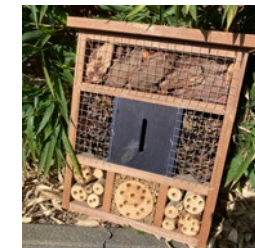
Installeren van nestkastjes en bijenhôtels
(via sociale economie)

geplande acties

- Keuze voor drukkerijen die ontbossing vermijden en natuurbehoud steunen
- Lokale natuurorganisatie jaarlijkse samenwerking (bv. vrijwilligersdag)

Jaarlijks één biodiversiteits sessie voor medewerkers

Biodiversiteit zichtbaar maken
via infobordjes in tuin
(bv. QR-code, weetjes, illustraties)



Waterverbruik en lozingen

B6



Water is een essentiële hulpbron voor mens en milieu. Als communicatiebureau is onze directe waterimpact eerder beperkt, aangezien we geen productieprocessen of industriële installaties gebruiken. Toch zetten we in op een **bewuste en zuinige omgang met water** in ons dagelijks kantoorleven.

We nemen ook verantwoordelijkheid in onze **indirecte water-impact**, door leveranciers te kiezen die hun drukwerk en productie organiseren met **waterbesparende of gesloten watercircuits**. Daarnaast vermijden we het gebruik van materialen die schadelijk zijn voor mariene ecosystemen.

Zo dragen we bij aan de doelstellingen van **SDG 6 (Schoon water en sanitair)** en **SDG 14 (Leven in water)**, zowel binnen onze eigen muren als via onze communicatiekeuzes en partnerschappen.

VSME datapoints

Totale wateronttrekking	49 m ³
Waterlozingen	NVT

gerealiseerde acties

- Energiezuinig afwasprogramma gebruiken op kantoor

- Waterbesparend doorspoelsysteem wc

geplande acties

- Keuze voor drukkerijen en andere leveranciers die waternverbruik minimaliseren

- Opvang van regenwater voor tuinonderhoud

- Interne communicatie rond duurzaam waternverbruik (denk aan keukens, toiletten ...)



Grondstoffengebruik, circulaire economie en afvalbeheer

B7



Bij Idearté geloven we dat communicatie ook circulair kan zijn. Zowel in onze interne werking als in onze creatieve oplossingen voor klanten passen we de principes van **‘reduce – reuse – recycle’** bewust toe. We vermijden verspilling, zetten maximaal in op hergebruik en kiezen voor leveranciers die actief werk maken van circulaire processen.

Hoewel onze afvalproductie beperkt is, monitoren we deze wel actief. We sorteren zorgvuldig, digitaliseren waar mogelijk en geven materialen zoals IT-materiaal en drukwerk een tweede leven. De toepassing van circulaire economie is voor ons niet alleen een interne reflex, maar ook een **adviesprincipe** richting onze klanten.

Het derde onderdeel (massastromen van grondstoffen) is niet van toepassing op onze sector.

VSME datapoints

Totale hoeveelheid afval	
De hoeveelheid afval die je jaarlijks recycleert of hergebruikt	Te meten vanaf 2025

gerealiseerde acties

- Medewerkers sensibiliseren
via acties rond voedselverspilling
(bv. workshop Stoemp)
- Digitalisering van documenten,
processen & planningen
om papierverbruik te beperken
- Printbeleid ingevoerd
om onnodig afdrukken te vermijden
en prints te verminderen
- Installatie drinkwaterfilter
om gebruik van kraantjeswater
te verhogen (ipv PET)
- Gescheiden inzameling
van papier, rest, PMD,
karton, toners, batterijen,...
- Keuze voor kwalitatieve
(werk)materialen
met lange levensduur
(bv Apple computers)
- Recyclage IT-materiaal
tweede leven geven
via re-use bedrijven

Geen wegwerpbekers
enkel herbruikbare glazen en koffietassen

Afvalvriendelijk aankoopbeleid
bv. Stoemp: werkt met voedselresten

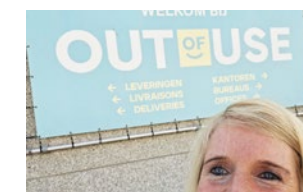
Charter opstellen
voor duurzaamheid leveranciers
op basis daarvan leveranciers selecteren

Gerecycleerd
carbon neutral papier
intern gebruik

Creatieve campagnes uitwerken
met herbruikbare materialen voor klanten

Relatiegeschenken
kiezen met tweede leven
bv. Doedoe-atelier pennenzakken

Ploggen
picking-up trash tijdens de middag



geplande acties

- Duurzame/energiezuinigere opslagruimte/servers onderzoeken
- Modulaire oplossingen bedenken in communicatietools die geproduceerd worden (bv. beursstand)
 - Samenwerken met circulaire makers om van afval communicatiemiddelen maken
- Afvalstatistieken per maand Inzichtelijk maken
- Ruil of weggeefkast installeren of samenwerking met een organisatie
- Milieuvriendelijke principes toepassen
 - in communicatie- en branding ideeën voor klanten en hun klanten (in elk proces: denken, vertellen, vormgeven, produceren, communiceren)
 - (Multi)functionaliteit
 - Locatie/Regio
 - Levensduur/Kwaliteit
 - Digitalisatie
 - Deelbaarheid
 - Energie- en tijdsefficiënt
 - Verzending/Verdeling

CASE DAF DUURZAME COMMUNICATIE

Voor DAF Trucks ontwikkelde Idearté een interne campagne die medewerkers aanzet tot milieubewuster gedrag. Via gerichte communicatie en motiverende visuals vertaalden we duurzaamheid naar concrete acties op de werkvloer. En dat in woord, beeld én materiaal: we kozen bijvoorbeeld voor een flyer op groeipapier, die het thema letterlijk liet ontkiemen.

De impact is tastbaar: minder afval, meer energiebesparing en een betrokken team dat mee de schouders zet onder een groenere toekomst. Zo maakt communicatie écht verschil.



DE KRACHT VAN
DUURZAME COMMUNICATIE

● TL-verlichting vervangen
door energiezuinige LED-verlichting
60% zuiniger



● Installeren van
nestkastjes en bijenhôtels



● Klimaatwandeling
met eco-gids
voor bewustmaking
rond biodiversiteit



● Recyclage IT-materiaal
via re-use bedrijven



IDEARTÉ
ENVIRONMENT
TOPICS



Communicatieprojecten
met ecologische impact

● Geschenken van
hergebruikte spandoeken



● Thuiswerk 1x per week om
woon-werkverkeer te verminderen



● Ploggen
in ons dorp





SOCIAL

MENSVRIENDELIJK BELEID

Een sterke communicatiecultuur begint bij mensen. We bouwen aan een warme, inclusieve werkplek waar welzijn, samenwerking en groei centraal staan. Ook buiten onze muren willen we positieve impact maken — met oog voor eerlijke ketens en betrokken gemeenschappen.



Medewerkers: algemene kenmerken en arbeidsomstandigheden

B8



Bij Idearté geloven we dat **duurzame groei begint met mensen**. Een **eerlijk, veilig en inclusief werkklimaat** vormt de basis van onze organisatie. Daarom investeren we bewust in objectieve wervingsprocedures, gelijke kansen en werkplekieren. We creëren een omgeving waarin mensen zich goed voelen, zichzelf kunnen zijn én hun talenten volop kunnen ontwikkelen.

Onze organisatie telt momenteel 8 werknemers en 2 vennoten. Met zo'n klein team kunnen we vanzelfsprekend niet alle vormen van diversiteit vertegenwoordigen. Maar precies daarom hechten we veel belang aan een **objectief en transparant aanwervingsbeleid**, waarin iedereen zich welkom en gewaardeerd voelt – los van afkomst, gender, leeftijd of achtergrond. Diversiteit begint voor ons bij een **open houding en eerlijke selectie**.

VSME datapoints

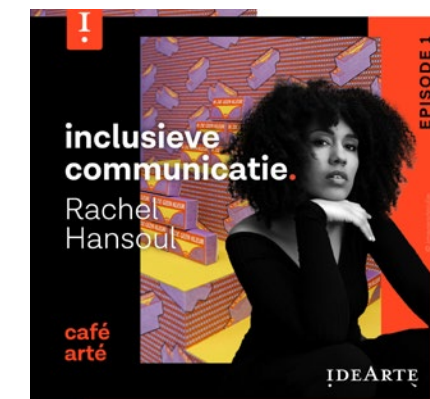
Aantal werknemers (headcount)	8
Aantal werknemers (voltijdsequivalenten - VTE)	7.17
Aantal vaste contracten	8
Aantal tijdelijke contracten	0
Aantal mannelijke werknemers	3
Aantal vrouwelijke werknemers	5
Aantal mannelijke vennoten	0
Aantal vrouwelijke vennoten	2

Medewerkers: algemene kenmerken
en arbeidsomstandigheden

gerealiseerde acties

- Objectieve sollicitatieprocedures
door objectieve testen van extern
bureau (Passion Works Better)
- Inclusiviteit op de
werkvloer verhogen
etniciteit, geslacht, geaardheid

Werkpleklerin, stages
en dual leren stimuleren
voor jongeren en werkzoekenden



Medewerkers: gezondheid en veiligheid

B9



Bij Idearté geloven we dat werk pas écht duurzaam is als het ook goed voelt. We zijn een **warme, authentieke organisatie** waar mensen zichzelf kunnen zijn, hun hart kunnen luchten en zich snel thuis voelen. Hier is ruimte voor kwetsbaarheid, voor humor en voor verbinding. We **koesteren die open en collegiale sfeer** – en treden streng op tegen gedrag dat dat ondermijnt.

Gezondheid en veiligheid beschouwen we dan ook in de breedste zin: fysiek, mentaal én sociaal welzijn. We zetten actief in op preventie, met onder meer een vertrouwenspersoon, een globaal welzijnsplan en opleidingen rond burn-out en ergonomie. Daarnaast zorgen we voor een **gezonde werkomgeving met verse soep, fruit, beweging én flexibiliteit in werkuren en werkplek**.

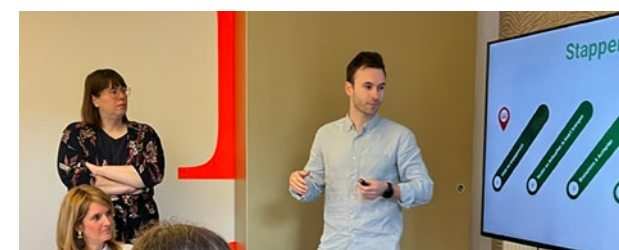
Het resultaat? **Een team dat zich goed voelt.**

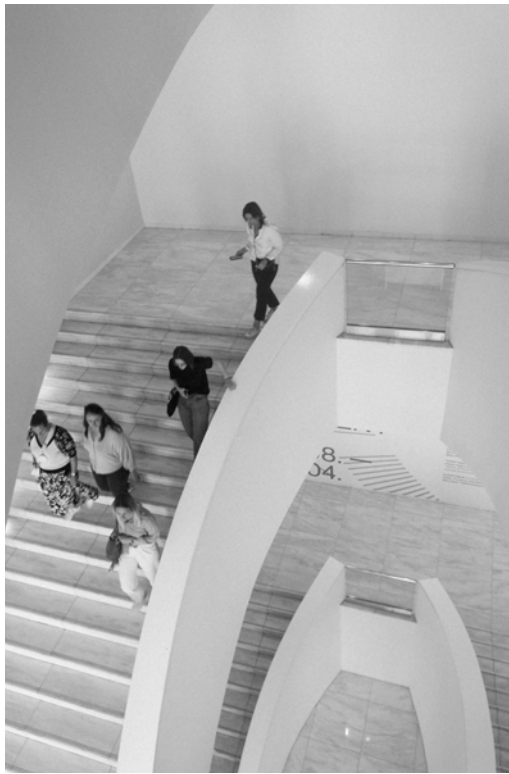
VSME datapoints

Aantal werkgerelateerde ongevallen	0
Ongevallen frequentie (%)	0
Aantal overlijdens door arbeidsongeval	0
Aantal overlijdens door werkgerelateerde ziekte	0

gerealiseerde acties

- Welzijnsbevraging
gesprek rond noden & behoeften
met externe vertrouwenspersoon
- Opstellen globaal preventieplan
met focus op burn-out
- Ergonomische werkplek
jaarlijkse ergonomiecheck door
interne medewerker opgeleid als
ergonomiecoach + staanbureau
- Winnaar HR-award VOKA
- Onboarding optimaliseren
welkomstontbijt, onthaalbrochure, opleidingen ...
- Feestcomité
verjaardagen, zomerbarbecue, eindejaarsfeest,
teambuildings, culturele en sportieve uitstappen
- Inspraak tijdens
wekelijkse teammeeting
- Medewerker opgeleid
tot interne slaapcoach
- Organisatie van wellbeing walks
- Workshop 'Stoemp Deluxe'
rond gezonde voeding
- Wekelijkse soepclub
- Gratis fruitaanbod
voor medewerkers
- Deelname aan Fitbonus-actie
van de overheid
- EHBO- en AED-opleidingen
jaarlijks aangeboden aan medewerkers
- Efficiëntie verhogen
via digitalisatie
- Thuiswerken mogelijk
1x per week en in noodsituaties
- Flexibele werkuren
en recupsysteem
- Aanleg groene tuin
rond kantoor
- Kunstig en creatief interieur
met designmeubelen
- Herintegratie langdurig
zieke medewerker





Medewerkers:
gezondheid en veiligheid

geplande acties

- Jaarlijkse welzijnsbevraging
gesprek rond noden & behoeften
met externe vertrouwenspersoon
- Uitvoeren globaal preventieplan
met focus op burn-out
- Interne meetings
van minder dan 30 minuten
zijn altijd staand
- Maandelijks 'lunch & learn'
over welzijnsthema's

CASE GO NEXT DUURZAME COMMUNICATIE



Met hun waarden wil GO! Next basisonderwijs toekomstkracht creëren voor economische, sociale en ecologische vooruitgang. Daarom vertaalden we de kernwaarden — welbevinden, motivatie en maatschappelijke meerwaarde — in co-creatiesessies met de directies naar heldere, toepasbare principes.

Het resultaat? Een levendige waardencirkel die richting geeft, dialoog stimuleert en duurzame keuzes ondersteunt. Bruikbaar als spel, kompas of kader: van dagelijkse praktijk tot langetermijnbeleid. Elke school kan hiermee op haar beurt in co-creatie gaan met leerkrachten, leerlingen en ouders — zodat de waarden écht gaan leven in de hele schoolgemeenschap.



DE KRACHT VAN
DUURZAME COMMUNICATIE

Medewerkers: verloning, collectieve overleg en opleiding

B10



Bij Idearté hechten we veel belang aan een **eerlijk loon én aan kansen om te groeien**. We geloven dat mensen floreren in een omgeving waar ze weten waar ze staan en waar hun talenten naartoe kunnen evolueren. Daarom hanteren we transparante loonschalen en voeren we kwartaalgesprekken waarin zowel competenties als ambities aan bod komen.

Leren stopt bij ons niet na de schoolbanken. We **investeren in opleidingen** die niet alleen relevant zijn voor de job, maar ook inspireren. Ook over overleg zijn we duidelijk: we luisteren naar onze mensen, nemen hun ideeën ernstig en bouwen samen aan een **werkplek waarin iedereen zijn talenten kan inzetten én blijven ontdekken**. Vandaag hangt de mate van opleiding nog sterk af van het initiatief van de medewerker, maar we willen evolueren naar een meer gestructureerde aanpak met een persoonlijk opleidingsplan voor elke collega.

VSME datapoints

Categorie	Waarde/Opmerking
Werknemers ontvangen minstens minimumloon	Ja / Nee
Percentage loonkloof man-vrouw (%)	NVT (<150 werknemers)
Percentage werknemers onder cao / collectief akkoord	NVT (<150 werknemers)
Gemiddeld aantal opleidingsuren per mannelijke werknemer	16 u/jaar
Gemiddeld aantal opleidingsuren per vrouwelijke werknemer	16 u/jaar

Medewerkers: verloning,
collectieve overleg en opleiding

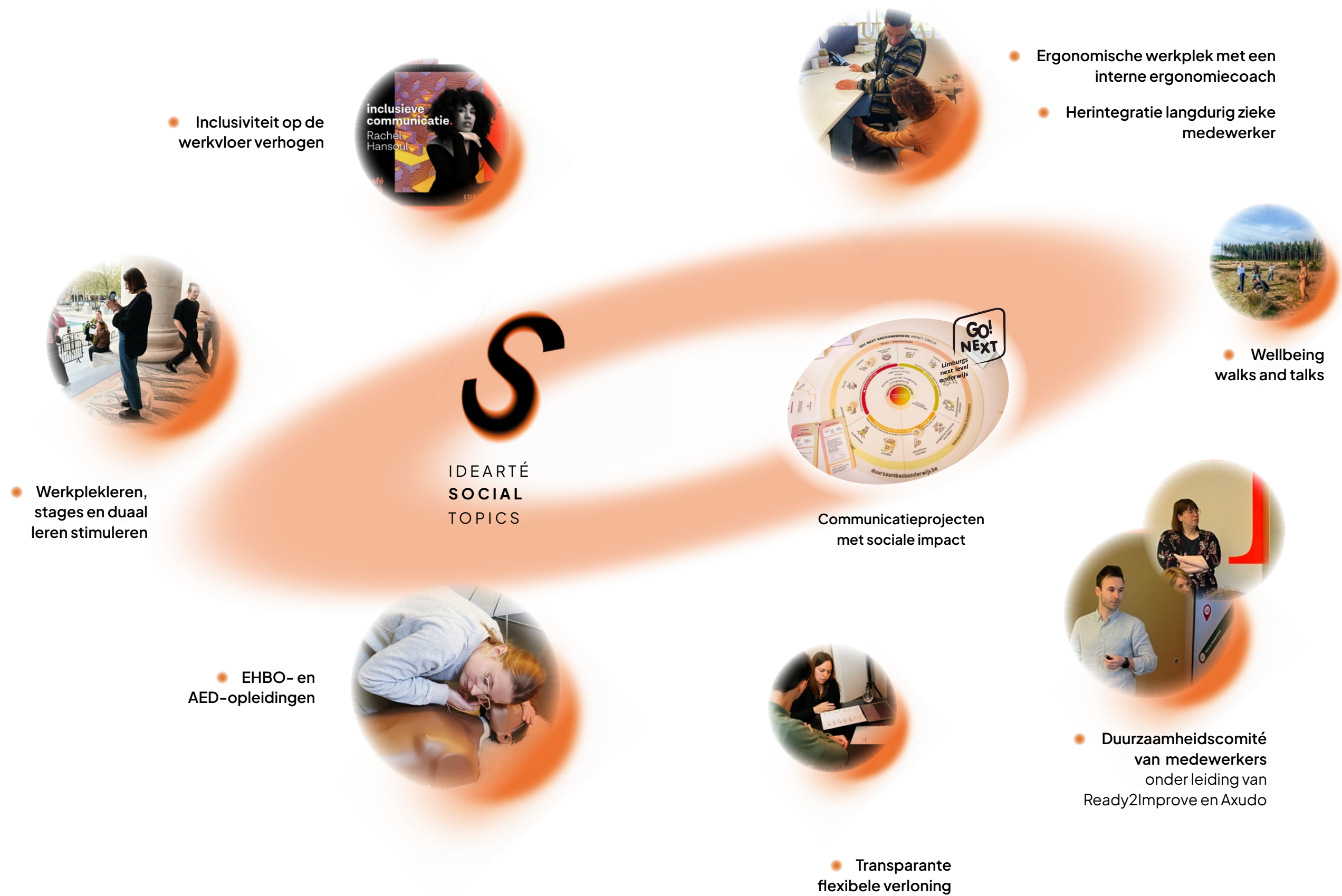
gerealiseerde acties

- Marktconform salaris, eindejaarspremie, maaltijdcheques
- Actief individueel competentie- en talentenbeleid
- Transparante flexibele verloning
loonschalen gekoppeld aan verwachtingen
- Persoonlijke groeigesprekken
per kwartaal waar medewerkers vrij kunnen vragen naar opleidingen

geplande acties

- | | |
|---|--|
| <p>● Transparant opleidingsbudget
per medewerker gekoppeld
aan persoonlijk opleidingsplan</p> | <p>Interne opleidingen ●
waaronder 'Filosoferen', Communication
Impact Circle, Creative thinking,...</p> |
|---|--|



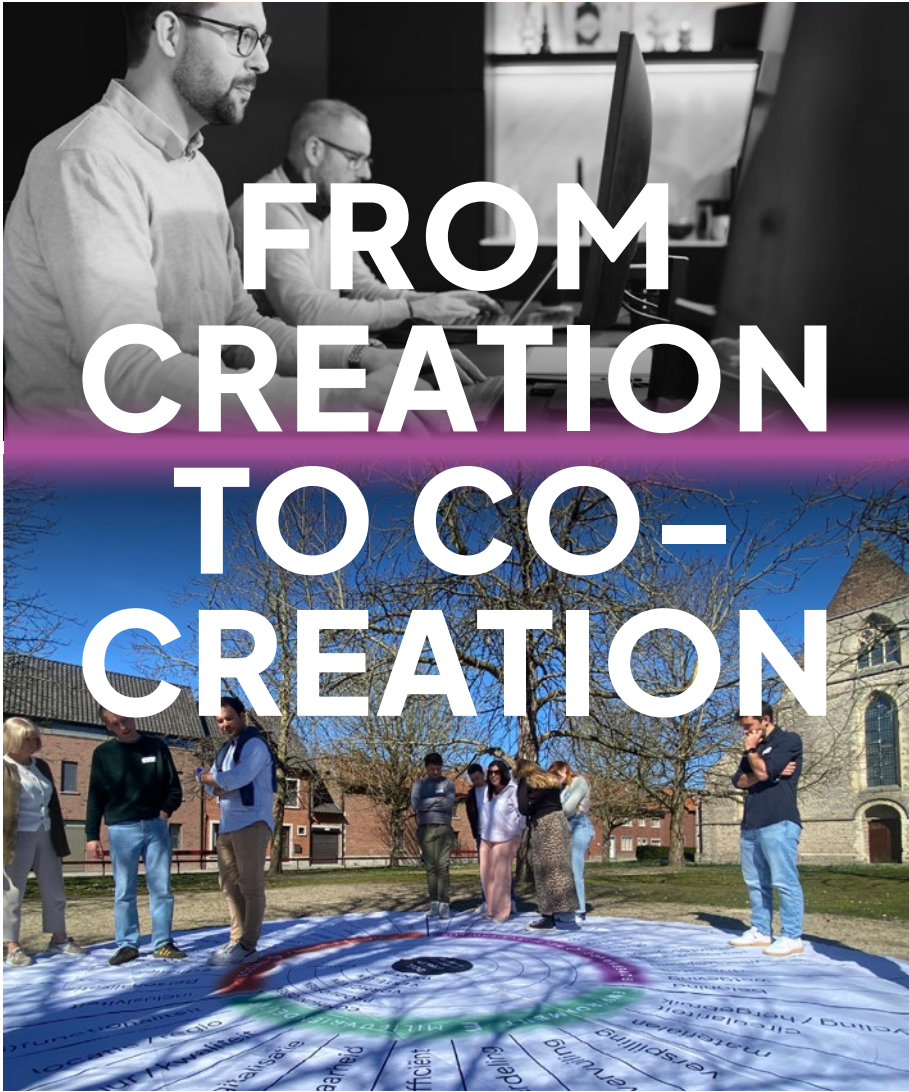




GOVERNANCE

ECONOMISCH EN VERANTWOORDELIJK BELEID

Duurzaam ondernemen vraagt om doordachte keuzes en transparant beleid. We verankeren duurzaamheid in onze strategie, selecteren ethische partners en nemen verantwoordelijkheid voor hoe we werken en communiceren. Integer, verantwoordelijk en met langetermijnvisie.



Veroordelingen en boetes wegens corruptie of omkoping



Ethisch ondernemen zit diep verankerd in de waarden van Idearté. We streven naar **transparantie, eerlijkheid en vertrouwen in al onze samenwerkingen** – intern, met klanten én met partners. Integer handelen is voor ons geen formele verplichting, maar een vanzelfsprekendheid. Daarom bewaken we actief onze bedrijfs-cultuur en bouwen we aan een omgeving waarin ruimte is voor openheid en wederzijds respect.

VSME datapoints

Tijdens de rapportageperiode waren er bij Idearté **geen veroordelingen** en werden **geen boetes** opgelegd in verband met corruptie of omkoping. Transparantie en ethisch ondernemen vormen een integraal onderdeel van onze manier van werken. We zetten actief in op een open bedrijfscultuur met duidelijke gedrags-codes en eerlijke samenwerkingen.

Werknemers in de waardenketen

B12



Bij Idearté geloven we dat duurzaamheid verder reikt dan onze eigen kantoorwanden. We werken geregeld samen met freelancers, drukkers en leveranciers en vinden het belangrijk dat ook hún medewerkers eerlijk en veilig kunnen werken.

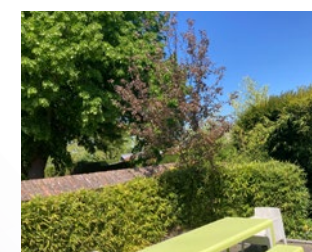
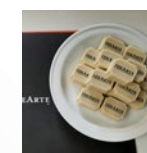
Daarom selecteren we onze partners niet alleen op kwaliteit, maar ook op hun engagement voor goede arbeidsomstandigheden en respect voor mensenrechten. Zo zorgen we ervoor dat álles wat in onze naam gebeurt – van creatieve concepten tot productie – bijdraagt aan een menswaardige en duurzame waardeketen.

B12

Werknemers
in de waardenketen

gerealiseerde acties

- Samenwerken met lokale, sociale leveranciers dankzij charter (bij voorkeur sociale economie) bv. onderhoud groen door sociaal economiebedrijf 'De Ploeg'



geplande acties

Welzijnsvriendelijke principes toepassen

in communicatie- en branding ideeën voor klanten en hun klanten
(in elk proces: denken, vertellen, vormgeven, produceren, communiceren)

- Inclusiviteit
- Personalisatie
- Esthetiek
- Gebruiksgemak
- Authenticiteit
- Welzijn/gezondheid
- Positivisme
- Educatie
- Emoties
- Inspiratie
- Interactie

Betrokken gemeenschappen

B13



Bij Idearté vinden we dat communicatie pas echt duurzaam is wanneer ze ook de wereld rondom ons versterkt. Daarom zetten we ons in voor positieve verbindingen met de gemeenschap waarin we actief zijn. Dat doen we door te kiezen voor lokale leveranciers, samen te werken met sociale economie en initiatieven te steunen die inclusie en solidariteit bevorderen.

We openen onze deuren voor buurtbewoners, familie en vrienden, organiseren events met maatschappelijke meerwaarde en dragen bij aan goede doelen. Want een sterke samenleving begint met kleine, oprechte daden van engagement.

Zo willen we niet alleen creatief meedenken met onze klanten, maar ook meehelpen aan een mooiere leefwereld.

PARTNERSHIP
THE SPIRE
EEN PLEK
VOOR DUURZAME
ONTMOETINGEN



'The Spire' is een innovatief platform dat **duurzaamheid** en **creativiteit** verenigt om de leef- en werkwereld te verrijken.

In 'The Spire', de voormalige Kerk van Aalst-Dorp, creëren we een omgeving waar **denken, zien, luisteren, beleven, communiceren** en **creëren** samenkomen. We richten ons op het verbinden van mensen, organisaties, overheid en bedrijven om **samen maatschappelijke meerwaarde te realiseren**.

Met een sterke focus op ecologische veiligheid, sociale rechtvaardigheid en economische vooruitgang wordt dit een **Haspengouwse landmark van duurzaamheid en creativiteit**.



DE KRACHT VAN
DUURZAME COMMUNICATIE

gerealiseerde acties

• Social pitch

200u gratis inzet voor
maatschappelijke impact

• Acties ten voordele van goede doelen en maatschappelijke projecten

Vuurkorvenverkoop Sint-Vincentius,
Actie brooddoosnodig, steun lokale
en maatschappelijke projecten

• Framily days

voor familie en vrienden van
medewerkers met inspirerende workshops

• Gratis lezingen

om brede maatschappij te inspireren
(bv. Rondje Kerken, Vrijstaat A,
verschillende onderwijsinstellingen)

• Communication Impact Circle®

Innovatieve tool om mensen en organisaties
te inspireren over duurzaamheid en duurzame
communicatie.

• Politiek beleid verduurzamen

duurzaamheidsmissie bij 11 lokale
politieke partijen en geïnspireerd om
rekening te houden met ESG

• Samenwerken met externe duurzaamheidsexperten en trendwatchers

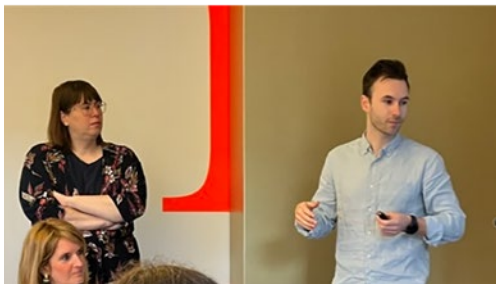
zoals Mimi Lamote, Axudo, Herman Koninckx

• Samenwerken met kunstenaars

zoals Gert Robijns, Koen Vanmechelen,
Kim Duchateau

• Samenwerken met filosofieschool Doen! Denken!





geplande acties

- Social speeddate
gedurende één volledige dag gratis advies
geven aan vzw's (elke vzw krijgt maximaal
gesprek van 1 u met medewerker naar keuze)

- Stagekansen voor
kansengroepen
of jongeren zonder netwerk

- Co-arté
(een inclusief testpanel dat we
enkele jaren geleden opstartten) verder
aanvullen én gebruiken

- Kantoor openstellen
als co-workingspace
voor flexwerkers uit de buurt

- Samenwerken met
inspirerende locaties
bv. The Spire

- Buurtbewoners uitnodigen
voor sessie over duurzaamheid

CASE ZORGBEDRIJF DUURZAME COMMUNICATIE



Voor Zorgbedrijf Sint-Truiden ontwikkelden we een inspiratienota die richting geeft aan een duurzaam en toekomstgericht zorgbeleid. In co-creatie met medewerkers, bestuursleden, bewoners en klanten brachten we kansen en uitdagingen in kaart. Zo ontstond een gedragen visie die niet alleen inspireert, maar ook verbindt – binnen én buiten de organisatie.



Consumenten en eindgebruikers

B14



Bij Idearté staat duurzame communicatie centraal – ook in hoe we omgaan met onze klanten en hun doelgroepen. We willen dat communicatie niet alleen werkt, maar ook klopt. Daarom kiezen we bewust voor transparantie, vermijden we misleiding en maken we duurzame alternatieven zichtbaar en aantrekkelijk.

We waken over privacy, zorgen voor veilige digitale toepassingen en denken mee met onze klanten op een manier die hun waarden versterkt. Zo bouwen we aan een communicatiecultuur die respectvol, bewust en toekomstgericht is – voor iedereen die ermee in contact komt.

B14

Consumenten
en eindgebruikers

Privacybeleid
voor klantdata en
websitegebruik opgesteld

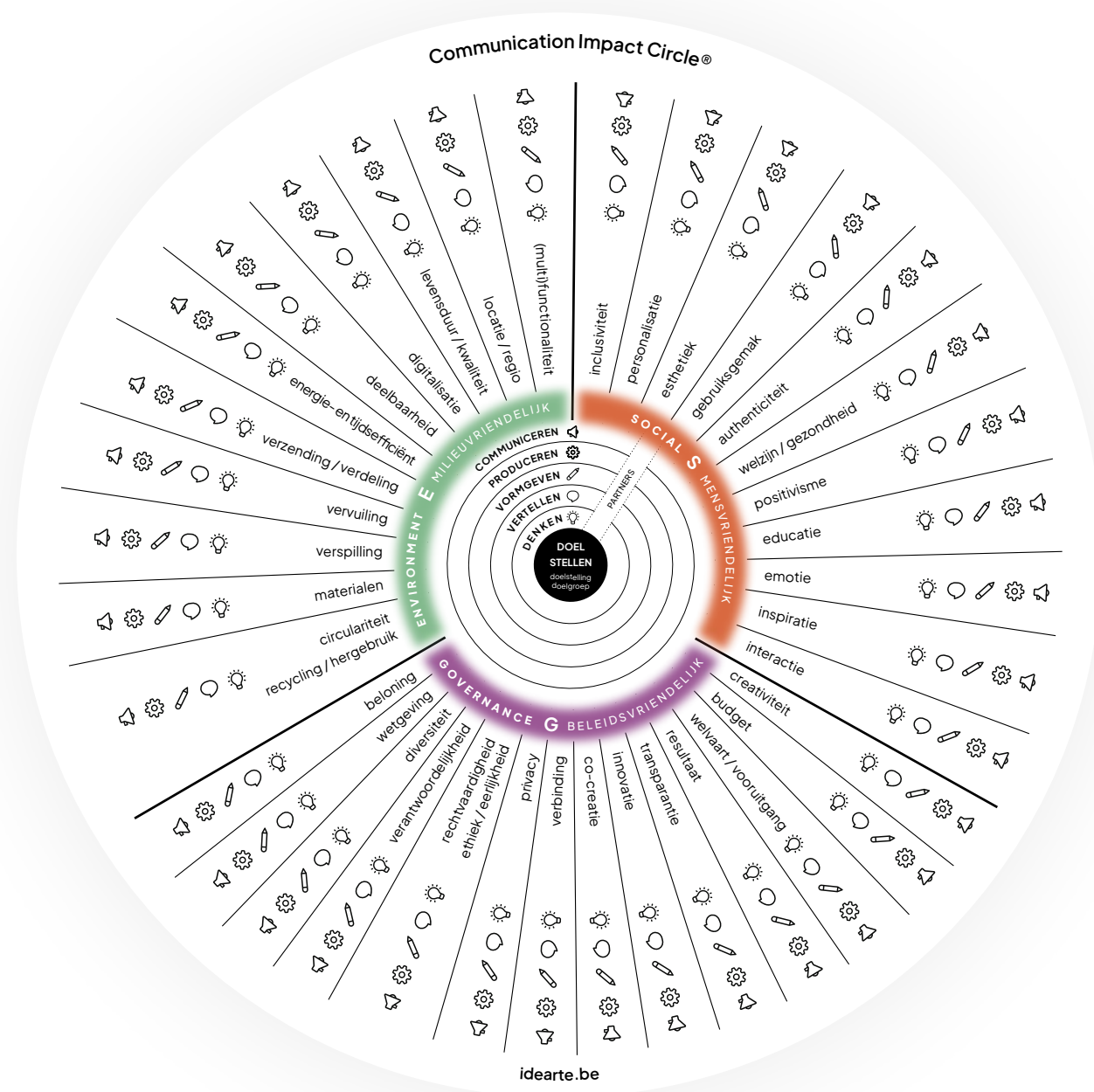
- Gebruik van veilige hosting en versleuteling bij webprojecten
- Geen verkoop van klantdata beperkte tracking op websites
- Klanten informeren over duurzame communicatiematerialen en -kanalen tijdens meetings, workshops en lezingen

gerealiseerde acties

Klanten informeren over duurzame opties in offertes

Klanten informeren over duurzaamheidsscore van communicatiemiddelen en -ideeën a.d.h.v. CIC®

Tevredenheidsbevraging bij klanten n.a.v. projectafsluitingen



We bepalen de duurzaamheidsscore van communicatiemiddelen en -ideeën aan de hand van de Communication Impact Circle. Deze visuele score wordt altijd vergezeld van een Communication Impact Rapport met concrete informatie.

	België
Onderwerp	Wij Kortenaars - drukwerk
Omschrijving	
OPTIE 1 - GERECYCLEERD	
170 g/m2 gerecycleerd	
OPTIE 2 - GERECYCLEERD	
200 g/m2 gerecycleerd	
OPTIE 3 - NIET GERECYCLEERD	
170 g/m2 maco silk	
OPTIE 3 - NIET GERECYCLEERD	
170 g/m2 offsetpapier	
Totaal	

We informeren klanten over duurzame opties in offertes.

B14

Consumenten
en eindgebruikers

geplande acties

- Klanten educeren in greenwashing
eerlijke communicatie zonder greenwashing of misleidende claims

Beleidsvriendelijke principes toepassen

in communicatie- en branding ideeën voor klanten en hun klanten (in elk proces: denken, vertellen, vormgeven, produceren, communiceren)

- Creativiteit
- Budget
- Welvaart/voortgang
- Resultaat
- Transparantie
- Innovatie
- Co-creatie
- Verbinding
- Privacy
- Rechtvaardigheid/ethiek/eerlijkheid
- Verantwoordelijkheid
- Diversiteit
- Wetgeving
- Beloning

-

-

-

-

g

-
- A circular inset photograph showing two women smiling. The woman on the left is wearing a dark turtleneck and a dark vest. The woman on the right is wearing a dark top. She is holding a book titled 'DE KIRACHT VAN duurzame communicatie'. The book cover features a colorful circular graphic with concentric rings of orange, yellow, green, and blue. The title is written in a mix of uppercase and lowercase letters.

-

- 

- 

MATRIX SDG

	Peace	People					Prosperity					Planet					Partnership
2022-2023	16	1	2	3	4	5	7	8	9	10	11	6	12	13	14	15	17
2023-2024	16	1	2	3	4	5	7	8	9	10	11	6	12	13	14	15	17
2024-2025	16	1	2	3	4	5	7	8	9	10	11	6	12	13	14	15	17

Bedankt dat je de tijd hebt genomen om ons duurzaamheidsverslag te lezen. We hopen dat je er niet alleen informatie in vond over onze inspanningen, maar ook herkenning, motivatie en misschien zelfs een vleugje inspiratie.

Dit verslag kwam er niet zomaar. We zagen drie goede redenen om onze duurzaamheidsaanpak in kaart te brengen. In de eerste plaats willen we transparant communiceren over wat we doen, waar we staan en waar we naartoe willen. Daarnaast geloven we dat acties pas écht gaan leven wanneer je ze concreet en meetbaar maakt. Door te rapporteren, dwingen we onszelf om stil te staan bij wat er al is én bij wat nog beter kan. Tot slot hopen we met dit verslag ook andere bedrijven, organisaties en overheden te inspireren om duurzaamheid in hun eigen werking te verankeren.

Bij Idearté willen we als onderneming zo duurzaam mogelijk werken. Zowel in onze interne werking als in onze communicatieprojecten kiezen we bewust voor initiatieven die bijdragen aan een betere wereld. We zijn trots op de vele stappen die we al hebben gezet, maar blijven tegelijk realistisch: er liggen nog veel uitdagingen op tafel. Gelukkig hebben we met het Voka Charter Duurzaam Ondernemen een praktisch kader gevonden dat ons helpt om die uitdagingen om te zetten in concrete actieplannen. Zo realiseren we verandering — stap voor stap, jaar na jaar.

Onze grootste impact ligt echter volgens ons in datgene wat we het best doen: communicatie. Want een sterk verhaal kan deuren openen, gedrag veranderen en mensen in beweging brengen. Met onze Communication Impact Circle® helpen we klanten, partners en beleidsmakers om duurzame keuzes te maken. Of dat nu via creatieve concepten, campagnes, co-creatiesessies of een lezing over ons boek is, we willen communicatie inzetten als motor van duurzame vooruitgang.

Dank je wel om mee op dit pad te wandelen. Samen maken we het verschil, met woorden die blijven plakken, ideeën die verbinden en acties die tellen.

Samen maken we de leef- en werkwereld nog mooier.



Idearté neemt sinds 2022 deel aan het VOKA Charter Duurzaam Ondernemen



MET DUURZAME STRATEGIE EN
CREATIEVE COMMUNICATIE CREËREN
WE POSITIEVE IMPACT OP ECONOMIE,
BELEID, MENS EN MILIEU

IDEARTE

Aalst-Dorp 9b
3800 Sint-Truiden
+32 (0)11 70 28 90
info@idearte.be
www.idearte.be