

Rapport d'Impact

NGGROUP 2022

NOSTALGIE



Chérie

NOSTALGIE+



“

Nous sommes tous médias.

Autant que nous sommes sur Terre, nous avons la capacité de diffuser des informations: à nos enfants, à nos voisins, à nos collègues, au reste du monde via la toile.

Une individualité peut toucher tellement de personnes.

Imaginez alors l'impact d'un groupe médiatique qui s'adresse quotidiennement à 800 000 auditeurs. Et les réactions en chaîne que ses opérations et ses contenus peuvent créer...

A l'heure où la planète s'enrhume et les droits humains sont placés sur le devant de la scène, NGroup ne peut se cantonner au seul objectif de la rentabilité économique.

Organisations publiques, privées, financières, sanitaires, éducatives, associatives.

Gouvernements, entreprises, mouvements.

Citoyennes, citoyens.

Dans les prochaines années, et plus que jamais, le monde sera à l'image des maillons de la chaîne qui le composent.

La laissera-t-on dérailler ou va-t-on huiler ses engrenages pour passer ensemble à la juste vitesse? Chez NGroup, nous avons sciemment décidé de mettre l'humain et l'environnement au même niveau que le profit.

Car ce sont ces trois facteurs qui font notre réussite.

NOSTALGIE

NRJ
HIT MUSIC ONLY 1

Chérie

NOSTALGIE +

NRJ+

Un rapport d'impact: comment, pourquoi?

Il y a plus de 10 ans, NGroup posait la première pierre d'une entreprise plus durable en rassemblant, en son sein, plusieurs forces vives autour d'une Ecoteam. Si le chemin est encore long, la route tracée depuis 2010 est expliquée dans un **manifeste RSE sorti de terre en 2022**.

De la volonté de mettre la stratégie RSE au cœur de notre entreprise est née la réflexion de partager un rapport d'impact chaque année. En voici les toutes premières lignes.

Ce rapport, nous l'avons divisé en 4 parties: «**We are NGroup**», «**Partager avec impact**», «**Divertir avec sens**», «**Travailler avec respect**». Tout comme l'ADN contient le code génétique d'un organisme, NGroup vit et rayonne grâce à des valeurs essentielles. L'authenticité, le challenge, la cohésion, l'engagement, l'épanouissement, le respect. Entre et envers les collaborateurs, actionnaires, auditeurs, fournisseurs, clients; bref, toutes les parties prenantes.

Tout comme la mission et la vision de NGroup, les valeurs ont été réfléchies, débattues et définies ensemble, en interne. Notre mission est de divertir quotidiennement nos publics en musique en partageant notre vision positive et constructive. Quant à notre vision? Elle consiste à être un groupe média responsable et innovant qui s'engage en faveur d'un monde solidaire et durable.

C'est tout naturellement que les essences de ce trio «valeurs – mission – vision» se sont imposées comme le fil rouge de notre rapport d'impact. Et parce que nous voulons contribuer à un monde meilleur et faire notre part pour un avenir souhaitable pour tous et toutes, nous avons structuré nos activités en fonction d'un dénominateur commun et planétaire: les 17 Objectifs de Développement Durable de l'ONU. Ceux-ci ont été établis par les Etats membres de l'Organisation des Nations Unies en 2015. Leur volonté d'ici 2030: coopérer et progresser dans tous les domaines pour vivre dans une société plus durable.

Réduction des inégalités, bonne santé et bien-être, éducation de qualité, production et consommation responsables, protection de la biodiversité... Voici les actions mises en place et les changements structurels auxquels nous avons procédé en 2022. Notre but? Que les enjeux du développement durable transparaissent dans chacune d'eux.

We are NGroup

En 2022, Nostalgie, Nostalgie+, NRJ et Chérie sont devenues les premières radios belges reconnues par l'ONU pour leur engagement en faveur des Objectifs de Développement Durable et font désormais parties du SDG Media Compact de l'ONU. NGroup est officiellement considéré comme vecteur de promotions de ces 17 objectifs, définis en septembre 2015 par les Etats Membres des Nations Unies. C'est donc de concert que les équipes de nos radios avancent vers un même cap: un monde plus juste, plus humain, plus prospère à l'horizon 2030.

Notre politique RSE est axée autour de ces Sustainable Development Goals (SDG's). Et c'est pour être le plus clair possible que nous avons décidé de relayer nos avancées en fonction des 17 catégories établies. Les actions mises en place ont été classées dans la catégorie qui semble, pour chacune, la plus évidente. Mais même si certains objectifs se démarquent, nous ne perdons pas de vue que ces ODD sont tous, de près ou de loin, **interconnectés**.



Janvier 2022: Nomination directrice RSE

Afin de se donner les moyens de nos ambitions, nous décidons d'investir davantage de temps et de talent pour mettre la politique RSE sur le devant de la scène. Géraldine Deleuse est nommée à la tête de la Responsabilité Sociétale de notre Entreprise. Personne de référence en la matière, elle chapeaute la démarche durable de NGroup, le rapport d'impact et est en charge de l'implication du personnel.

Février 2022: Publication de notre Manifeste de l'engagement RSE de NGroup

Pratiquée sans être nommée comme telle, la démarche RSE a été entamée en 2010 au sein de NGroup. Après près de 10 ans d'engagement, il était essentiel de retracer le chemin parcouru et sa raison d'être.

Octobre 2022: Mise en place de certaines astuces pour un Sustainable digital

Le numérique consomme 10 à 15% de l'électricité mondiale. Les sites web représentent près de 4% des émissions de gaz à effet de serre. Il va sans dire que l'hébergement web est un des grands enjeux de la société actuelle.

Pour prendre la problématique à bras le corps, l'équipe technique a été sensibilisée aux sites durables notamment via des astuces pour rendre nos sites moins énergivores.

Une analyse a été faite de nos différents canaux et il a été décidé d'optimiser le poids des images, très nombreuses sur tous les sites de NGroup.

Si l'optimisation des développements est une pratique souvent mise en place, c'est la première fois que l'équipe technique contribue à l'effort général du groupe dans sa démarche RSE. Elle ne réfléchit plus uniquement en terme de performance système ou de confort pour les utilisateurs mais bien en impact positif sur le monde d'aujourd'hui et de demain.

Initiatives de gouvernance participative et démocratique

Les valeurs humanistes défendues au sein de NGroup nous ont poussés, ces dernières années, à nous tourner vers un nouveau type de management: le management participatif. Dès lors, de nombreuses décisions sont prises par consentement et les échanges au sein de l'entreprise sont régis par le principe et les outils de l'intelligence collective.

La vie des valeurs défendues par NGroup et l'épanouissement de tous et toutes sont épaulés par une équipe interne baptisée « Novatio ». Elle a été créée pour réfléchir à la manière d'implémenter un nouveau mode de management collaboratif permettant à NGroup de s'adapter aux nouveaux enjeux médiatiques. Cette équipe se présente comme la « garante » de la gouvernance partagée au sein de l'entreprise. Ses membres servent de « capteurs » et sont, comme chaque individu chez NGroup, force de proposition. Ils ont été rassemblés sur base volontaire, après une élection sans candidat.

En 2022, cet outil a non seulement été utilisé pour enrichir « Novatio » de nouveaux membres, mais également pour renouveler le Comité de Concertation Sociale (CCS, organe interne défendant les droits des collaborateurs). L'élection sans candidat permet à tout un chacun de prendre part à l'élaboration d'une décision et faire entendre sa voix. C'est une manière intuitive de valider collectivement, une personne compétente et adaptée pour une mission.

Formation du personnel

En 2022, les formations chez NGroup ont représenté 2293,4 heures! Cours de langues, formations techniques, initiation à la pleine conscience, gestion des émotions, développement personnel... Qu'il soit lié, ou non, au job description des collaborateurs, l'apprentissage continu y est fortement encouragé. Non seulement car l'éducation peaufine l'expertise mais qu'elle peut aussi être source de motivation, de dépassement de soi et d'épanouissement.

Octobre 2022: Nouvelle politique d'intervention dans les frais de transports domicile – lieu de travail

NGroup encourage la mobilité douce et propose notamment un service de leasing de vélo aux employés qui en font la demande. Celui-ci doit être le moyen de transport principal mais les trajets avec un moyen de transport secondaire sont également remboursés. NGroup intervient à 100% dans les frais de transports en commun, et à hauteur de 0,24€/km pour la marche à pied, le vélo privé ou la trottinette privée.

Une voiture partagée et des cartes Villo sont également disponibles pour les déplacements professionnels. Quant aux voitures de leasing dont disposent 29 % du personnel, elles sont soit électriques, soit hybrides. Des bornes de recharge ont été installées dans le parking de l'entreprise et à domicile.

Rencontres et partages avec l'externe

« Seul, on va plus vite. Ensemble, on va plus loin. »

NGroup n'évoluant pas dans un vase clos et désireux de participer à un changement systémique, nos liens se multiplient avec l'extérieur pour voir comment d'autres personnes, entreprises et organisations prennent le chemin de la durabilité... et partager notre expérience. Séminaires, réunions, interviews donnés en externe... des ponts ont été jetés et des échanges entamés à ce propos avec les acteurs suivants: la RMB (Régie Média Belge), l'Union Belge des Annonceurs, l'Union Wallonne des Entreprises lors d'un colloque consacrés aux SDG's, Engine, le PUB Magazine... Bien que les médias soient un secteur très concurrentiel, les défis planétaires qui s'imposent aujourd'hui sont tels qu'ils doivent nous faire sortir de cette logique et mettre le bien commun au centre. Plusieurs échanges ont donc d'ores et déjà été créés avec les acteurs du secteur média et audiovisuel.

Octobre 2022: Mise en place d'une nouvelle politique de télétravail

Suite aux changements structurels induits par la pandémie de covid, à la volonté de réduire les déplacements et au meilleur équilibre vie professionnelle / vie privée soutenu par NGroup, les travailleurs peuvent solliciter la formule qui leur convient, en accord avec leur service. Les différentes propositions sont les suivantes: 1 jour de télétravail fixe par semaine et 15 jours de télétravail flexible (à mettre quand bon leur semble, appelé aussi «Flextélétravail»), 2 jours de télétravail fixe par semaine, 15 jours de Flextélétravail par an ou 15 demi-jours de Flextélétravail par an.

2022: Ateliers thématiques sur les ODD

Une fois les 17 Objectifs présentés à l'ensemble de l'équipe au printemps 2021, les collaborateurs et collaboratrices ont été invités à choisir ceux qu'ils et elles jugeaient prioritaires pour notre média. La participation s'est faite sur base volontaire. Résultat: 25 employés se sont lancés dans la démarche. Chacun·e a intégré un «groupe» ODD en fonction de ses centres d'intérêt, de sa motivation et de ses compétences. Parmi les projets à court terme réalisés en 2022: l'organisation d'un «time» building solidaire (nous y reviendrons). A l'inverse, certains projets au long cours sont toujours... en cours. Suite à l'émergence de nombreuses idées et dans la volonté d'en concrétiser un maximum, en cohérence avec notre vision et notre stratégie RSE, chaque participant·e a choisi un sujet de prédilection entre 7 thématiques: 1) Mobilité, 2) Déchets/Technique/Bâtiment, 3) Achats et cadeaux responsables, 4) Antenne, 5) Pub/Annonces, 6) Motivation et sensibilisation internet, et 7) Evénements et partenariats responsables

Nouveau partenaire dans le calcul de nos émissions

Depuis 2014, Ngroup calcule son empreinte carbone (essentiellement scopes 1 et 2) et compense ses émissions par des projets certifiés.

Pour aller plus loin dans son calcul et coller au plus près à la réalité, Ngroup s'est associé pour son bilan carbone 2022 à la société **TAPIO**.

Nous souhaitons en effet élargir le spectre au scope 3 pour augmenter le nombre d'indicateurs analysés.

Nous prenons également en compte notre plan média (sur tous les supports), mais aussi nos événements (en 2022: NRJ Music Tour au WEX et les Labyrinthes d'Halloween de Nostalgie). Nous reviendrons sur les objectifs 2023 dans le dernier point de ce présent rapport.

Partager avec sens

Chaque jour, les radios de NGroup divertissent leurs publics en musique en partageant une vision positive et constructive. Nous nous engageons à mettre du sens dans les informations et les contenus partagés à l'antenne et sur le web, quels qu'ils soient. La question n'est pas seulement de savoir ce que nous faisons ou ce que nous diffusons mais pourquoi nous agissons comme tel.



Soutien sur les 4 antennes de la Journée mondiale de l'alimentation

(à l'initiative de la FAO, l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture)

Campagne de publicités offertes sur nos antennes pour sensibiliser à la journée mondiale de l'alimentation.



Podcast NGroup: «17 Chansons pour changer le monde»

Dans 17 podcasts inédits, la journaliste Leslie Rijmenams fait le lien entre les Objectifs de Développement Durables et les mélodies de notre quotidien. Elle allie l'ADN de nos marques – la musique – et notre engagement pour un monde plus résilient et plus solidaire. Chaque mois, un objectif est dévoilé à l'aide d'une chanson associée à ses enjeux. Ce podcast est soutenu par Corporate Regeneration, une structure qui porte la voix des jeunes générations au plus haut niveau des entreprises pour co-construire des solutions innovantes et régénératives.

JerM et Shalimar testent les métiers manuels sur NRJ

Fin juin 2022, le Forem identifie près de 90 métiers en pénurie de main d'œuvre. Parmi les secteurs les plus affectés: celui de la construction. Pour promouvoir les métiers en recherche de talents, JerM et Shalimar du Wake Up Show plongent dans l'univers de la construction lors d'une journée d'orientation baptisée «Je teste, je construis».



NRJ vous fait découvrir l'économie sociale

18 000 entreprises sont basées sur le modèle de l'économie sociale actuellement en Belgique. Cela équivaut à 390 000 temps pleins soit 12% de l'emploi total. La team NRJ part à la rencontre de ces ASBL et coopératives qui tablent sur l'utilité sociale, la coopération et l'ancrage local. Tanguy du Wake Up Show visite notamment le Centre d'Insertion Socio Professionnel (CISP) qui vise à favoriser l'insertion socioprofessionnelle de personnes qui souhaitent se former à un métier dans les métiers de bouche et du bâtiment.

Travail des étudiants de l'IHECS sur l'engagement de NRJ

Dans le cadre de leur Master en Relations Publiques et de leur cours «Changement en entreprise», une quinzaine d'étudiants de l'IHECS sont challengés sur la question suivante: «Comment intégrer l'écologie chez NRJ de manière non intrusive?»

Quelques semaines plus tard, ils présentent leurs conclusions lors d'un examen qui a lieu dans nos locaux en présence de Kim Beyns, CEO de NGroup. Certaines d'entre elles pourraient servir de base pour nos réflexions futures.



Journal de la mobilité, tous les samedis

Chaque samedi, le journaliste et fondateur du magazine Mobility Life Denis Asselberghs, est l'invité d'Olivier Labreuil. Il y évoque les tendances en matière de mobilité, avec une attention particulière pour les solutions qui améliorent les déplacements, dans le respect des autres et de l'environnement.



Radio Ukraine 23.03

En réaction à l'invasion de l'Ukraine par la Russie, 12 radios francophones belges s'unissent sous la bannière de «Radio Ukraine». Parmi elles: Nostalgie, Chérie et NRJ. Objectif: lancer un appel massif aux dons pour le consortium 12-12 via des interventions à l'antenne, des spots et des rendez-vous info.

Sur Nostalgie, les séquences infotainment sont remplacées par des rendez-vous avec les ONG impliquées dans le consortium 12-12.

Par ailleurs, toutes les recettes publicitaires de la journée ont été reversées au consortium 12-12.

100 minutes pour changer le monde

Pour la 8^{ème} année consécutive, l'opération «100 minutes pour changer le monde» récompense 15 associations qui œuvrent pour un monde plus juste, plus égalitaire, plus vert, plus solidaire. L'enjeu ? 200 spots publicitaires gratuits sur les antennes de Nostalgie, Nostalgie+, Chérie et NRJ. Un moyen d'aider des associations à se faire connaître pour contribuer à un monde meilleur.



Gagnez
100 minutes
pour changer le monde

Votre association œuvre chaque jour à rendre le monde meilleur?

#CriezLeSurTousLesToits

NOSTALGIE



Chérie

NOSTALGIE +

Démarche constructive et bienveillante

Il tient à cœur de notre rédaction de traiter l'information sous l'angle du journalisme constructif. Celui-ci consiste à aborder un contenu sous tous les angles, de manière complète et nuancée. Ne pas se limiter aux constats et aborder les solutions, dans la mesure du possible, est une des manières de renouer la confiance entre le public et les médias et d'instaurer un climat moins anxiogène. Journaliste ou animateur, le «tone of voice» se veut intentionnellement bienveillant.



NOSTALGIE



Chérie

NOSTALGIE +





Intégration aux **SDG Media Compact de l'ONU**

En février 2022, NGroup devient l'un des premiers groupes radio européens à rejoindre le **«SDG**

Media Compact», une alliance de plus de 200 membres de réseaux de médias actifs pour promouvoir les 17 Objectifs de Développement Durable. Via ce grand partenariat mondial, ce ne sont pas moins de 2 milliards de personnes qui sont sensibilisées à ces enjeux planétaires. Comme stipulé sur le site de l'UNRIC, le Centre régional d'information des Nations Unies: «NGroup a décidé d'aligner sa culture d'entreprise dans l'esprit des ODD, et a élargi sa programmation à des sujets qui couvrent ces objectifs».



Les ODD dans les contenus d'info

Les Objectifs de développement durable sont mis en avant de manière récurrente, explicitement ou en filigrane, ce que soit dans les flashes infos ou dans certaines séquences d'infotainment. La chronique «Y'a de l'idée» en est un bon exemple. Diffusée depuis 2014, elle est bien plus qu'un journal sur l'état de la planète. Depuis 9 ans, Leslie Rijmenams met en avant les initiatives, les actes citoyens, les start-ups qui avancent vers un avenir plus durable pour tous et toutes. Les séquences mettent en avant plusieurs enjeux interconnectés. Chaque année, ce ne sont pas moins de 150 projets qui bénéficient d'un coup de projecteur.



Divertir avec impact

Si notre but est d'informer et de mettre du sens dans le contenu partagé, l'objectif de nos radios est aussi et avant tout de divertir nos publics. La musique est notre passion. Elle est fédératrice tout comme les événements que nous organisons pour créer un maximum de souvenirs pour les familles, les amis, les collègues qui nous lisent et nous écoutent. Et quand le divertissement peut aussi éveiller les consciences, c'est mission accomplie!



La Grande Collecte – Mission Recyclage de Recupel avec Nostalgie

Nostalgie déploie son studio mobile à Genval, Herstal, Montigny et Marche-en-Famenne. Tout au long de la journée, les auditeurs sont appelés à apporter leurs appareils électriques. Hors d'usage ? Ils sont recyclés. S'ils peuvent encore servir ? Ils sont redistribués à des Belges dans le besoin. Bilan de l'opération : 5 tonnes d'appareil collectés et 200 familles aidées en collaboration avec la Bourse aux dons.



Journée de la Trisomie

L'équipe de la matinale sur NRJ a apporté son soutien à la journée de la Trisomie, avec notamment un post facebook de sensibilisation.



Emission Libre Antenne de Mike avec Adelaïde Charlier

Pour sensibiliser les auditeurs aux grandes questions sociétales et aux enjeux actuels, Mike

et son équipe de la libre antenne en soirée invitent, ponctuellement l'activiste climatique belge Adélaïde Charlier. Parmi les questions abordées avec elle : « Faut-il boycotter la Coupe du Monde au Qatar ? » ou « Doit-on arrêter de manger de la viande ? »

Emissions «60 secondes climat» tous les midis sur NRJ (saison 2021-2022)

Adélaïde Charlier explique une thématique liée au réchauffement climatique ou aux grands enjeux sociétaux en 60 secondes chrono !





Non soutien à la Coupe du monde de football

Après de nombreuses réflexions en interne, NRJ décide de ne pas soutenir la Coupe du Monde. Soupçons de corruption, négation des droits de l'homme, désastre économique... cet événement sportif est loin d'être en phase avec les valeurs de NGroup et les ODD que l'entreprise s'efforce de soutenir.

Concrètement, cela signifie: une absence de posts sur les réseaux sociaux pour soutenir une équipe (y compris les Diables), l'absence d'Opération Spéciale liée à la compétition, l'absence de speaks d'animateurs concernant les Diables Rouges, des séquences d'info sur les enjeux de cet événement avec des experts, spécialistes, associations...

Chasses aux œufs Nostalgie avec les chocolats Galler Fairtrade et réduction de déchets

Nostalgie est l'un des plus grands organisateurs de chasses aux œufs de Belgique. En mars et en avril, pas moins de 16 chasses sont organisées en Wallonie et à Bruxelles. Les 3 tonnes d'œufs distribuées sont des chocolats Galler Fairtrade. Une communication spécifique a lieu à ce propos afin de sensibiliser le public à la nécessité d'améliorer les conditions de vie des producteurs de cacao. Certes ces chocolats sont plus chers, mais ils garantissent le respect de chaque maillon de la chaîne, que ce soit en termes de conditions de travail ou de revenus.

Bon à savoir: les œufs glanés par les enfants sont des œufs en coton afin d'éviter tout conflit sur les zones de distribution. Qu'ils en aient 10 ou 100, ils échangent ces œufs auprès du staff de Nostalgie contre un sachet d'œufs en chocolat. Aucune animosité, que du plaisir ♥



Nostalgie Magic Tour de Nostalgie

Chaque année, l'opération de solidarité «Nostalgie Magic Tour» est synonyme de solidarité. A

l'approche des fêtes de fin d'année, elle consiste à récolte un maximum de jouets pour des enfants à qui la vie n'a pas fait de cadeau. Cette 12^{ème} édition a tenu ses promesses.

Bravant courageusement la brume et le froid, les auditeurs Nostalgie et les équipes

de bénévoles ont récolté pas moins de 13.800 jouets. L'asbl Arc-en-Ciel est ainsi parvenue à aider 120 associations locales et de redonner le sourire à plus de 8100 enfants belges.

Accueil des PMR sur nos chasses aux œufs

Les personnes à mobilité réduite peuvent ramasser les œufs avec un dispositif d'épuisette à long manche et profiter ainsi à 100% de l'expérience offerte.



15 Octobre: Brussels Mobility Game avec NRJ et Bruxelles

Le Brussels Mobility Game, c'est une manière inédite de découvrir Bruxelles mais aussi

les différents moyens de transports qu'offre la Capitale. En équipe de 3 à 4 personnes, les auditeurs d'NRJ sont invités à retrouver l'entraîneur de l'équipe de curling d'Uccle grâce à de nombreux défis. En jeu: des cadeaux «engagés». Loin des produits matériels à accumuler, il s'agit d'expériences (comme

un voyage à Vienne en train de nuit, un repas gastronomique à bord d'un tram) ou de slow mobility (trottinette électrique).

Mobility Switch sur NRJ

Durant tout le mois d'octobre, une famille recrutée par NRJ ainsi que JerM et Tanguy bénéficient d'un budget mobilité pour remplacer leurs déplacements en voiture. Objectif? Sensibiliser les auditeurs d'NRJ à la multi-modalité et aux déplacements plus propres.



Digital CleanUp day avec NRJ

NRJ invite ses auditeurs et ses internautes à participer à la journée mondiale du nettoyage des données numériques

le 19 mars. L'enjeu? Diminuer l'empreinte environnementale du numérique. Emissions de gaz à effet de serre provoqués par les serveurs qui tournent de manière incessante, contamination chimique, érosion de la biodiversité, production de déchets électroniques... le numérique génère une pollution gigantesque et la prise de conscience s'impose. Comment agir? En supprimant ses mails et ses données inutiles, en libérant de l'espace de stockage, en donnant une seconde vie à nos équipements numériques ... Dans la foulée, NGroup participe au **Nettoyage numérique de printemps** entre le 28 mars et le 17 avril.

un concours est organisé pour faire remporter des machines Sodastream. Cet appareil transforme instantanément de l'eau du robinet en eau pétillante, naturelle aromatisée. Une bouteille Sodastream remplace des milliers de bouteille en plastique et contribue ainsi à réduire les déchets plastiques jetables.

Participation d'NRJ à la Fête de la récup

La Fête de la Récup' est une initiative de RESSOURCES, la fédération des entreprises sociales et circulaires. Cette année pour la 15^{ème} édition de cet événement, NRJ met un coup de projecteur sur les produits et services iconiques des membres de la fédération. L'occasion de découvrir les alternatives à la consommation linéaire. Des ateliers sont proposés partout en Belgique. L'occasion de découvrir l'envers du décor ainsi que de nouvelles techniques de réparation et l'upcycling. L'action est soutenue entre le 30 avril et le 7 mai.

Journée de la Terre sur nos antennes

A l'occasion de la journée de la Terre du 22 avril,



Goodplanet: Jeunes reporters pour l'environnement sur NRJ

NRJ invite ses auditeurs de 11 à 25 ans à devenir Jeune Reporter pour l'Environnement. Via un clip vidéo, un article, un podcast, un reportage... les candidats racontent la crise climatique de manière constructive et évoquent les petits (ou plus grands) pas à faire pour avoir un impact positif. Autre condition: lier leur production à un ou plusieurs Objectifs de Développement Durable. Ce concours est soutenu par **Good Planet**, une structure qui inspire les jeunes à agir pour un avenir durable.



Les 20 kilomètres de Bruxelles avec le WWF

NRJ participe aux 20 km de Bruxelles avec le maillot de la «Team Panda». Les auditeurs qui courent avec cette équipe enregistrent leurs kilomètres parcourus dans l'initiative «Move4Nature du WWF» et demandent ainsi à protéger la nature près de chez eux. L'association de protection de la nature a pour espoir de voir 15% de toute la nature européenne légalement protégée. Les auditeurs peuvent également être parrainés: l'argent récolté servira à soutenir des projets en Belgique et ailleurs en Europe.

NB: Comme goodies, les participants reçoivent une gourde biodégradable. Une webradio «NRJ Run for WWF» a également été conçue spécifiquement pour les joggeurs.

World Cleanup Day soutenu par NRJ

Le 17 septembre, c'est la journée mondiale et citoyenne de la Propreté. Son ambition est de rassembler 5% de la population mondiale pour faire le grand nettoyage. A Bruxelles, le Service Propreté de la Ville ouvre plusieurs dépôts et stands au public et des opérations de nettoyage sont organisées. L'équipe d'NRJ se retrousse les manches avec ses auditeurs et les invite à faire la connaissance des travailleurs propreté de leur quartier. Plusieurs animations sont prévues durant la journée.

NRJ – Eneco Clean Beach Cup: 20 mars 2022

Cette année encore, NRJ participe au grand nettoyage annuel des plages. C'est la 13^{ème} fois que la radio y contribue. Et pour cause: les déchets en bord de mer sont un véritable fléau... tout comme le plastique. Entre 5 et 14 millions de déchets plastiques se déversent dans nos mers, chaque année. En nettoyant le littoral, l'Eneco Clean Beach Cup vise à réveiller tout le monde: des citoyens lambda aux décideurs politiques en passant par les entreprises.

Sport et sensibilisation avec le Brussels Nature Run

Les auditeurs d'NRJ peuvent choisir 3 distances à parcourir en marchant ou en courant en le lundi de Pâques 18 avril 2022. Un parcours de 8, 14,5 ou 26 km qui permet de découvrir les joyaux cachés de la périphérie nord-ouest de Bruxelles. C'est l'occasion idéale de découvrir la nature qui nous entoure, les petits sentiers et les pépites naturelles à protéger tout près de chez nous.

NRJ Clean Walker Liège 24/04/2022

La team NRJ a donné rendez-vous aux auditeurs à l'occasion du Clean Walker de Liège, une action de ramassage de déchets. L'objectif

de l'association est de générer une prise de conscience globale sur la problématique des déchets sauvages.

Reforestation

NRJ Belgique a scellé un partenariat avec l'association ReforestAction pour agir en faveur du reboisement de la planète.

Concrètement, pour chaque auditeur qui intervient dans l'émission matinale, un arbre est planté. En 2022, pas moins de 3500 arbres seront plantés grâce à nos auditeurs.



Travailler avec respect

Notre vision ? « Etre un groupe média responsable et innovant qui s'engage en faveur d'un monde solidaire et durable. » Bien sûr il y a tout ce que l'on dit à l'antenne, tous les événements que l'on organise. Mais ceux-ci ne se résumeraient qu'à un vaste greenwashing s'ils ne reflétaient pas nos valeurs, nos engagements et nos convictions profondes. Nous y travaillons quotidiennement.

Au-delà de la sensibilisation en interne quant au changement climatique et à l'impact carbone, les questions de la diversité et de l'égalité des sexes sont également au centre de nos préoccupations. Nos équipes se composent à 49% de femmes et à 51% d'hommes. NGroup dispose également du **label Diversité** attribué par Actiris pour son engagement dans la lutte contre les discriminations: il fut d'ailleurs le premier groupe média à l'obtenir, en 2019.



Mécénat annuel « Goods to give »

NGroup verse 10.000 euros à « **Goods to give** » afin de pérenniser son activité. Cette asbl a pour mission de collecter des produits neufs non alimentaires auprès des entreprises pour les distribuer aux plus démunis via un réseau d'organisations sociales qui luttent contre la pauvreté en Belgique. Ainsi, chaque année, ce ne sont pas moins de 100 millions d'euros de produits neufs de la consommation courante qui ne terminent pas à la poubelle et aident 2 millions de personnes en Belgique.



Collecte de sang chez NGroup

Une matinée de collecte de sang est organisée dans les locaux de NGroup. Les collaborateurs sont invités à y participer si ils le peuvent et si ils le souhaitent. L'équipe du Morning de NRJ et le célèbre DJ Henri PFR se mobilisent pour motiver les auditeurs à faire don de leur sang.

La rédaction relaie également systématiquement les appels aux dons.





Fresque du climat

Une vingtaine d'employés participent à un atelier pédagogique en mode «intelligence collective» pour comprendre le changement climatique de A à Z et de manière systémique. Ce jeu créatif permet de comprendre des phénomènes complexes par la collaboration. Elle est animée en partenariat avec Corporate Regeneration et les Shifters.

Fresque de la pub

Avec le même modus operandi que la «Fresque du climat», la «Fresque de la pub» est destinée aux annonceurs et leurs parties prenantes. Le but? Comprendre l'essentiel des enjeux socio-économiques et environnementaux de ce

secteur professionnel qui joue un grand rôle dans la manière de voir le monde et dans nos modes de consommation.

Conférence Vinz Kanté, fondateur du média indépendant

Ancien animateur sur NRJ, pris dans l'engrenage de la surconsommation durant des dizaines d'années, Vinz Kanté a totalement «switché» lors de la crise du covid. Après avoir lu le rapport du GIEC dans son entièreté, c'est l'électrochoc. Touché par une éco-anxiété profonde, il ne peut rester les bras croisés et décide de vulgariser le discours que tiennent les experts climatiques depuis 30 ans. Il fonde son média indépendant et court les écoles et lieux de conférence pour sensibiliser le monde.



Panneaux solaires

130 panneaux solaires sont installés fin 2022 sur le toit de nos bureaux, pour un investissement total de 47.000€. Ils seront mis en service début 2023.

On estime la production annuelle totale à 50.165kWh; plus de 21 tonnes de CO2 pourraient être évitées grâce à cette production!





DIVERSITÉ

1/02: Formation Codir et Novatio: Diversité, inclusion équité: les fondamentaux par Emilie Bréban

Dans le cadre de notre Label Diversité, une quinzaine de collaborateurs (dont le comité de direction) sont formés à la notion de diversité, d'inclusion et d'équité (mentions légales, exemples concrets, etc). Cette formation est donnée par Emilie Bréban, anthropologue et formatrice dans le domaine de la gestion de la diversité, du management interculturel, de l'inclusion, de la communication et de la gouvernance participative.

2022: Parcours Diversité et inclusion avec The Shift -> parcours inter-entreprises

Ngroup participe au parcours inter-entreprises sur la Diversité et l'inclusion au travail organisé par le Réseau belge de développement durable **The shift**: partage d'expériences et de bonnes pratiques.

Sept 2022: session d'inspiration par Emilie Bréban: Radio, diversité et inclusion – défis et perspectives

Comment la diversité et l'inclusion sont-elles véhiculées dans le média? C'est avec cette question de départ que débute une «session d'inspiration» organisée sur le temps de midi pour toute l'équipe de NGroup. La formatrice en diversité Emilie Bréban prend notamment l'exemple du Canada pour mettre le sujet de l'inclusion dans le monde de la radio en perspective

«Time» building avec HU-BU

Dans la suite des ateliers ODD organisés en interne, le groupe «team building» a la volonté de créer des activités de cohésion axées autour de la solidarité. Plus qu'un simple «team building», il est question d'offrir du temps à des personnes dans le besoin – d'où le terme «time» building. Les employés peuvent contribuer au projet de leur choix: aide logistique dans un foyer de jeunes filles, préparation de repas pour les sans-abris, travail dans un centre d'accueil de jour pour des personnes en situation de précarité... Ces journées sont organisées avec l'aide de **Hu-Bu**, une organisation qui relie le monde associatif et le monde de l'entreprise.





Recours à la seconde main

Pour meubler les bureaux de Namur, NGroup se fournit en meubles d'occasion chez OKA Office furniture. Les décors des Labyrinthes d'Halloween sont soit chinés en brocante, soit réhabilités.

Baisse de la température dans nos bureaux 20C°

En réaction la crise énergétique mais dans une volonté également de faire un petit pas de plus pour la planète, «car chaque degré compte», NGroup règle son thermostat à 20 degrés cet hiver et opte ainsi pour la sobriété énergétique.

Fournisseurs engagés

Ngroup sensibilise ses fournisseurs et les challenge. 64% de nos goodies sont made in Europe, imprimés en Europe et/ou en matériaux recyclés. Notre matériel promotionnel est également en matériaux recyclés (beachflags).

Refus sponsoring NMT marque de fast fashion

Car le fait de refuser est aussi un acte écologique, NRJ ne souhaite pas que son grand événement «NRJ Music Tour» soit sponsorisé par une grande marque de fast fashion. L'objectif est de ne pas pousser la surconsommation outre-mesure.



Nouveaux événements inclus dans le bilan carbone

Nous y reviendrons dans le point «Objectifs 2023», NGroup souhaite être de plus en plus complet dans le calcul de ses émissions de CO2. Plusieurs événements ont ainsi été inclus cette année dans le bilan carbone 2022, tels que les labyrinthes d'Halloween, le NRJ Music Tour au WEX de Marche en Famenne, le plan média 2022 (et les compensations de reforestation en partenariat avec **Graines de vie**).

Réflexion avec les annonceurs et les régies

Une première réflexion est ouverte avec la RMB, la Régie Média Belge. Consciente de l'enjeu majeur de la publicité dans le modèle économique des médias, sa directrice «development & sustainability» Valérie Janssens n'en perd pas pour autant ses convictions humanistes profondes. Une réflexion est en cours, en interne, pour objectiver et trouver comment casser les codes de la publicité traditionnelle afin de parvenir à intégrer la notion de durabilité au sein de ce secteur résolument commercial.

Objectifs 2023

Calcul empreinte carbone: objectifs de réduction et pleine transparence

Comme indiqué dans le premier point «We are NGroup», NGroup calcule son empreinte carbone depuis 2014 et compense les émissions inévitables par des projets certifiés. Jusqu'à présent, cet impact était essentiellement calculé sur les scopes 1 et 2. Pour aller plus loin dans son calcul et coller au plus près à la réalité, Ngroup s'est associée pour son bilan carbone 2022 à la société **TAPIO**. Objectif: élargir le spectre au scope pour augmenter le nombre d'indicateurs analysés et être ainsi encore plus transparent. Un premier pas a déjà été fait en intégrant certains

événements propres dans le calcul mais l'objectif en 2023 sera de prendre en compte la **totalité** de ceux-ci.

Inévitablement, notre impact carbone s'en verra alourdi. Nous en sommes conscients et c'est avec cette pleine lucidité que nous mettrons un point d'honneur à réduire notre impact, grâce à des données plus complètes encore.

Nous travaillerons sur différents axes dont la mobilité et l'organisation plus durable de nos événements.

Création d'un Comité d'Impact

Le Comité d'Impact se réunira, a priori, 4 fois par an. Il rassemble à la fois des collaborateurs de NGroup mais est aussi ouvert au monde extérieur. A savoir:

- CEO de NGroup: Kim Beyns
- Directrice RSE: Géraldine Deleuse
- Brand Manager NRJ: Nicolas Fadeur
- Journaliste Nostalgie engagée dans la politique RSE: Leslie Rijmenams
- animateur NRJ: Bastien Bott
- 1 jeune de Corporate Regeneration: Charlotte Saussez
- Co-fondateur de Corporate Regeneration: Vincent Truyens
- Fondateur de LIMIT: Vinz Kanté
- Entrepreneur également engagé dans une démarche de durabilité: Antoine Helson, co-CEO de Dandoy
- Directrice du Développement et Sustainability Lead chez RMB: Valérie Janssens

L'objectif de ce groupe est de discuter à bâtons rompus de notre stratégie RSE, de nous challenger et d'établir ensemble les priorités. C'est avec humilité que nous tentons de faire notre part et d'avancer pas à pas vers une entreprise plus durable et d'engager nos auditeurs dans cette voie.

Par ailleurs, un Comité «élargi» sera organisé avec toutes les parties prenantes pour une consultation formelle de celles-ci (auditeurs et annonceurs).

Tag des ODD pour nos contenus antenne

Nous souhaitons lier nos actions antenne, évènements, contenus aux Objectifs de Développement Durable. De quelle manière? En y associant un tag et/ou le logo de chaque SDG's concerné. A terme, cette démarche permettrait de comptabiliser le nombre de contenus centrés sur ces ODD.

Charte Mobilité

Une charte Mobilité va être définie en interne et mettra en avant les bons usages (ex: diminution des déplacements en avion et utilisation du TGV fortement recommandée pour les longs trajets, etc).

Ateliers thématiques en interne

A l'issue des premiers «ateliers ODD» lancés chez NGroup, ont émergé 7 thématiques à creuser. Sur base volontaire, 7 équipes ont été constituées pour lister des objectifs et mettre des actions en place en matière de: 1) Mobilité, 2) Déchets/Technique/Bâtiment, 3) Achats et cadeaux responsables, 4) Antenne, 5) Pub/Annonceurs, 6) Motivation et sensibilisation internet, et 7) Evènements et partenariats responsables

Les premières réunions d'équipes sont planifiées au premier trimestre 2023.

Intégration d'une charte durabilité pour les partenariats

Pour conscientiser nos partenaires et fournisseurs aux efforts à fournir en termes de durabilité, une charte a été créée en interne. Elle reprend différents points à respecter dans nos collaborations.

Cette charte a déjà été présentée à plusieurs de nos partenaires. L'objectif est de la formaliser dans notre système de validation des conventions en 2023.



“

En chemin.

Si les premières pierres de notre démarche RSE ont été posées sans que celle-ci soit nommée comme telle, il y a une dizaine d'années, NGroup est en train d'en faire de jolis ponts.

La prise de conscience a émergé par petites touches, pas à pas. Le travail est en cours, nous n'en sommes qu'au début. Plus que jamais, il mise sur les partenariats, l'intelligence collective, la volonté d'apprendre et le besoin d'agir.

Il s'agit très clairement d'une sortie de notre zone de confort et d'une prise de risque. Le risque d'être confronté à des paradoxes entre le fonctionnement d'une entreprise privée et la nécessité d'avancer vers une société plus sobre pour respecter les ressources. Le risque de ne pas être compris, voire suivis, par certaines parties prenantes.

Mais du risque naît l'opportunité. Celle d'ouvrir la voie, d'activer des leviers, de partager, d'emmener avec nous. En tant que groupe média, nous tenons entre nos mains un outil incroyable pour narrer notre démarche. Notre but ne sera jamais de convaincre, de faire la morale ou d'évangéliser. Il est par contre d'expliquer pourquoi ce chemin fait sens pour nous. Et pour bon nombre d'entre vous aussi, dont la voix se fait de plus en plus forte.

Envie de vous joindre à la réflexion ? Vous avez des remarques ou des suggestions ? Faites-le ici gdeleuse@ngroup.be!

NOSTALGIE

NRJ
HIT MUSIC ONLY

Chérie

NOSTALGIE +

NRJ+