

NGGROUP

Rapport d'Impact 2023

“ Demandez-nous comment,
mais demandez-nous aussi pourquoi ”

NOSTALGIE

NRJ
HIT MUSIC ONLY !

Chérie

NOSTALGIE+

NRJ+

“

On s'était dit rendez-vous... *dans un an*



Fin 2022, nous en faisons la promesse. Ne pas se limiter à un seul rapport d'impact mais voir ce document comme le premier d'une longue série.

Dans le [manifeste NGroup](#) rédigé quelques mois plus tôt, nous révélions notre volonté d'être un média conscient des enjeux actuels, visant, humblement, à rendre le monde meilleur.

Depuis plus de 10 ans, nous ouvrons un chemin. Nous le construisons, pas à pas. Et nous le foulons en équipes, convaincues par cette nécessité de vivre dans un monde juste et soutenable. Sortant des sentiers battus, semant des graines et bravant les obstacles.

D'embuches, il y en a des tas. A commencer par nos pensées limitantes. Celle qui croit qu'un groupe comme le nôtre n'est bon qu'à divertir, celle qui estime que des radios musicales n'ont aucun message sociétal à faire passer.

À titre individuel, nous avons toutes et tous des droits, des devoirs, des convictions, des engagements.

À titre collectif, NGroup se doit de réfléchir à son impact et à l'évolution de son modèle économique en bonne intelligence avec ses parties prenantes. Nous avons fait le choix des bonnes ondes. Et nous avons fait le choix du Vivant.

Dans ce rapport d'impact, vous découvrirez ce que NGroup a mis en place en 2023 pour continuer de réduire son empreinte écologique et garder l'humain au centre.

Haut les cœurs !

“

Le mot de *Kim Beyns,* CEO



Quand on prend conscience de faire partie du problème, il devient impératif de tendre vers la solution. C'est précisément ce constat qui a marqué nos équipes il y a plus de 10 ans, nous poussant à nous interroger: comment concilier notre activité de média commercial avec notre désir de participer à la construction d'un monde plus durable et équilibré ? Comment pouvons-nous amorcer un changement positif à travers nos actions en tant qu'entreprise et notre influence en tant que média qui touche chaque jour plus de 800.000 auditeurs ?

Depuis lors, le chemin parcouru nous a permis de déplacer des montagnes et d'inspirer d'autres acteurs de notre secteur. Nous nous en réjouissons, car notre démarche ne se limite pas à un simple positionnement marketing ou à une tentative de se démarquer de la concurrence. Elle est ancrée dans la conviction profonde que nous avons un rôle à jouer en faveur d'une société plus viable. Et si d'autres nous suivaient dans cette démarche, nous en serions les plus heureux.

Ce deuxième rapport d'impact résume tout ce que nous avons accompli en 2023. En toute transparence, il met en lumière nos succès, les défis que nous avons rencontrés et le chemin parcouru avec l'ensemble de nos équipes et partenaires. Tout cela résulte d'un travail collectif remarquable, que je tiens à saluer.

Nous sommes ravis de poursuivre ce voyage en 2024. Et si vous nous rejoigniez et montiez à bord ?

“

Le mot de *Géraldine Deleuse,* responsable RSE

Je suis ravie de partager avec vous ce second Rapport d'Impact de NGroup. Il met en lumière les différentes actions et projets développés en 2023 dans le cadre de notre démarche RSE.

2023 a été marquée notamment par le premier prix, Amma Gold, reçu par NGroup dans la catégorie « **Media Sustainability Award** ».

Chaque année, les AMMA Awards (Annual Master in Media Awards) sacrent les médias dans une quinzaine de catégories: usage de données, stratégie médiatique, innovation, créativité mais aussi durabilité.

En 2023, le jury composé de **150 professionnels** ont départagé les 178 dossiers soumis dans 15 catégories.

Ce trophée, c'est la récompense pour toute une équipe investie depuis de nombreuses années dans une démarche de durabilité.

Il nous prouve, si preuve était nécessaire, que nous prenons le bon chemin et que le marché de la Pub et des Annonceurs nous soutient dans cette transition !

Petit pas par petit pas, nous accélérons le changement, nous l'intégrons et nous poursuivons sur cette voie tout en essayant de rester conscients de toutes les améliorations à apporter et paradoxes à gérer.

Bonne lecture !



D'objectifs en *objectifs*

Le 25 septembre 2015, 193 Etats membres de l'ONU ont adopté le [Programme de développement durable à l'horizon 2030](#). Celui-ci définit **17 objectifs** pour mettre fin à la pauvreté, assurer la prospérité de toutes et tous sur une planète protégée.

Chez NGroup, nous considérons ces 17 Objectifs de Développement Durable comme un **fil rouge**. Un phare qui éclaire nos actions, tant en interne qu'à l'externe.

En 2022, d'ailleurs, Nostalgie, NRJ, Chérie et Nostalgie+ sont devenues les premières radios belges à intégrer le SDG Media Compact. Cette reconnaissance de l'ONU souligne les efforts menés par notre groupe média pour **sensibiliser, encourager** et aider nos publics à construire un monde viable où règne la paix grâce au bon équilibre entre justice sociale et justice climatique.

Les prochaines pages seront l'occasion de vous familiariser avec ces Objectifs de Développement Durable – plus communément appelés « **ODD** ». Nos actions seront classées en fonction des enjeux majeurs qui les animent mais aussi d'objectifs propres à notre groupe, atomes de notre ADN. Notre monde idéal est un monde solidaire, qui se construit grâce au collectif, éveillé et investi pour le bien commun.

L'éducation et les partenariats sont des socles pour servir notre vision. Sans elle et sans eux, il serait bien difficile d'incarner « **un groupe média responsable et innovant, qui s'engage en faveur d'un monde solidaire et durable** ». Ce rapport d'impact vous présentera les actrices et les acteurs qui nous aident à y prétendre.



We are NGroup: *des valeurs en évolution*

“ L'engagement est ce qui transforme une promesse en réalité.
(Abraham Lincoln)

Requestionner

Les valeurs de NGroup ont pour la première fois été définies collectivement en janvier... 2017.

Depuis, de nombreux changements ont été opérés, de nouvelles têtes sont arrivées, des rêves ont émergé. Il allait de soi de requestionner nos valeurs pour les valider et / ou les faire évoluer en fonction des perspectives de notre groupe et des sensibilités qui le font vivre ; tout en restant intimement connectés à nos publics et aux multiples défis sociétaux.

Pour mener ce travail en intelligence collective, nous avons fait appel à Yves Pourigneaux, facilitateur en entreprise. Ce dernier avait déjà permis d'entamer notre transition vers le management participatif en compagnie de la Team Novatio, notre comité de pilotage interne, « capteur » de la vie de l'entreprise.

3 questions à Yves Pourigneaux, facilitateur

« Quel est l'intérêt de définir les valeurs d'une entreprise, ensemble, tous collaborateurs confondus ? N'est-ce pas plutôt à la direction de définir la vision, la mission, les valeurs ? »

Il y a d'abord un côté motivant et valorisant pour les collaborateurs de se sentir impliqués par la direction dans ce travail de pilotage de l'organisation. Ensuite, y travailler ensemble contribue à la cohésion d'équipe et à la cohérence culturelle. Travailler en groupes pendant quelques heures à la définition des valeurs permet de vraiment se comprendre, de décortiquer les mots, de s'aligner aussi sur les comportements



souhaités en lien avec ces valeurs. Par rapport à une définition « top down », un travail collectif sur les valeurs garantit une plus grande adhésion, un engagement de chacun par rapport à ces valeurs.

« En quoi est-ce essentiel de requestionner ces valeurs quelques années plus tard ? »

Les valeurs d'une entreprise ne sont finalement que le reflet des valeurs que les collaborateurs souhaitent exprimer dans leur milieu professionnel. Or, chaque individu évolue avec le temps en fonction de son parcours de vie personnel. Par ailleurs, le contexte de l'organisation évolue également : ce qui était important il y a 3 ans l'est peut-être moins aujourd'hui. Enfin, les collaborateurs vont et viennent au sein de l'entreprise. Revisiter les valeurs

régulièrement permet de s'ajuster à ce contexte mouvant et de faire preuve d'adaptabilité pour répondre aux besoins présents ici et maintenant.

« Quelque chose qui t'a marqué dans la manière de cogiter chez NGroup ? »

Ce qui est toujours marquant avec NGroup c'est l'énergie et la bonne humeur des participants aux ateliers d'intelligence collective.

L'autre fait marquant est l'alignement fort et rapide sur les éléments constitutifs de l'organisation : Vision, Mission, Valeurs.

Ceci traduit une culture d'entreprise très forte au service des marques du groupe.

De 5 à 6 valeurs

Au terme des réflexions menées, les collaborateurs et collaboratrices de NGroup ont décidé, ensemble, de garder les valeurs d'**épanouissement**, de **cohésion**, de **respect** et d'**authenticité**. Elles sont les conditions sine qua non pour assurer notre mission : « divertir quotidiennement nos publics en musique en partageant notre vision positive et constructive ».

Le terme « audace » a pour sa part évolué en « **challenge** » car nous l'estimons davantage porté sur l'avenir. Quant à celle d' « **engagement** », elle a émergé naturellement au vu du chemin dressé jour après jour pour être un groupe média soucieux de sa responsabilité sociétale.

Là où il y a 6 ans, s'investir pour l'humain et la Terre n'était pas encore ressenti comme une nécessité, aujourd'hui, elle s'impose comme telle.

Ce rapport d'impact n'est que la continuité de l'expression de cette 6ème valeur. Une valeur aux embranchements multiples : (s')entraider, (s')éveiller et (se) bouger.

Nous vous proposons de les parcourir.



A low-angle photograph of a blue sky with scattered white clouds. A hand in a dark sleeve reaches down from the top center, while another hand in a dark sleeve reaches up from the bottom center. The two hands are positioned as if they are about to meet. The text '(S')entraider' is centered in the middle of the image in a white, elegant serif font.

(S')entraider

S'entraider

« *Tout groupe humain prend sa richesse dans la communication, l'entraide et la solidarité visant à un but commun: l'épanouissement de chacun dans le respect des différences.* (Françoise Dolto, psychanaliste, psychologue et pédiatre)

Chaque semaine, les radios de NGroup touchent 1.597.910 auditeurs, auditrices et internautes. Nos micros, nos réseaux et nos applis sont des voix royales pour vous parler, où que vous soyez. Pour vous amuser, vous divertir mais aussi vous informer et vous sensibiliser aux réalités qui nous entourent.

Sans langue de bois aucune: **la philanthropie n'est pas la mission première d'un groupe privé.**

Il n'en reste pas moins qu'il peut se servir de son amplitude (que nous préférons aux termes «force de frappe») pour mettre en avant des causes qui contribuent à notre volonté de participer à un monde plus solidaire, respectueux, durable, heureux.

S'entraider, c'est donc aider les causes qui nous sont chères, mais c'est aussi se serrer les coudes en interne en prenant soin les uns des autres.

Grand mouvement de solidarité après le *tremblement de terre en Turquie et en Syrie*



Chez NGroup, nous pensons que l'heure de la «coopétition» a sonné. Nous agissons séparément de nos confrères, mais aussi ensemble. Du moins pour des enjeux majeurs, qui dépassent les concurrences et «guéguerres» inter-médiatiques.

Un exemple pour l'illustrer? **Le tremblement de terre qui a frappé la Turquie et la Syrie** dans la nuit du 5 au 6 février 2023.

Peu de temps après cette catastrophe naturelle, le consortium 12-12 a été activé pour un appel aux dons. Au-delà de remplir notre devoir d'information en en parlant dans les infos, NGroup s'est associé à la grande action de solidarité destinée à venir en aide aux victimes du sinistre. NGroup, RTL Belgium, la RTBF, LN Radio, LN 24, Fun Radio se sont unies pour aider à financer les

activités des 7 organisations du consortium qui agissent dans l'urgence. Car quand le monde tremble, il n'y a plus d'ego qui vaille.

Spots diffusés sur chaque radio, interventions antenne, musiques en hommage aux victimes... Nostalgie a créé une adresse mail (solidarite@nostalgie.be) pour les auditeurs qui, en échange d'une promesse de don, pouvaient écouter la chanson de leur choix. La séquence «Parlez-nous de vous» a été spécialement tournée vers les conséquences du séisme. Un membre du consortium 12-12 a par ailleurs été invité dans l'émission du soir de Mike sur NRJ.

Le 15 mars, un premier bilan de l'action «Syrie-Turquie 12 12» faisait état de **13,5 millions d'euros récoltés.**

Nostalgie vous offre *1 an de loyer*



Car les fins de mois sont parfois difficiles et qu'avoir une charge mensuelle en moins peut clairement mettre du beurre dans les épinards, cette année, Nostalgie s'est associée avec Les Guichets Energie Wallonie. Il s'agit de 16 espaces répartis dans toute la région et une équipe de 40 consultants qui accueillent et guident le citoyen dans les domaines touchant à l'énergie au sein de son habitat.

En 2023, ce partenariat a permis d'offrir 1 an de loyer ou de crédit hypothécaire à 2 auditeurs.

Il a aussi permis de délivrer 92 conseils du SPW Energie pour économiser son énergie. Des conseils bienvenus à l'heure de l'envolée des prix de l'énergie et de l'impact de notre consommation sur les changements climatiques et les limites des ressources planétaires.



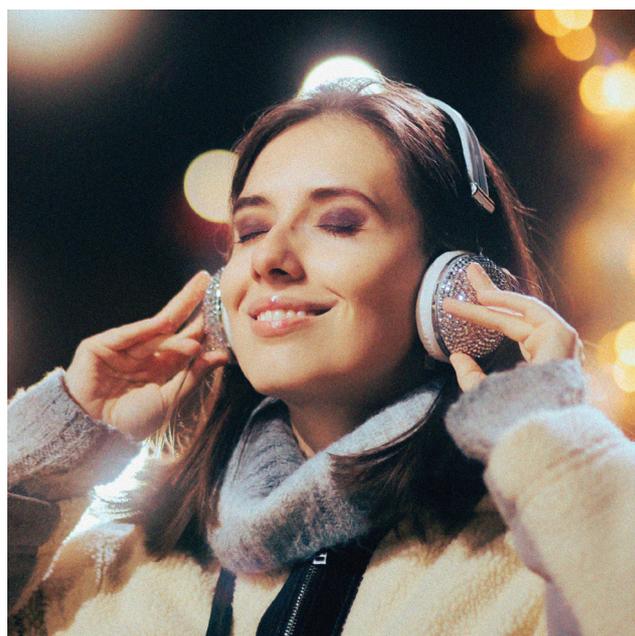
Une chanson de Noël pour *financer les Banques alimentaires*



Entre 2014 et 2021, le nombre de bénéficiaires de l'aide alimentaire a doublé en Belgique. En l'espace 8 ans, il est passé de 225 000 à près de 450 000. De son côté, la Fédération belge des Banques alimentaires a noté une hausse de 18,2% de ses bénéficiaires entre janvier et décembre 2022.

Afin de récolter un maximum d'argent pour la Fédération des banques alimentaires, la chaîne de droguerie Kruidvat a créé une chanson de fin d'année... et s'est associée à NRJ pour la faire rayonner. Son nom: [«Sing a long for Christmas»](#).

Le principe? 1 clic = 1 don. Chaque écoute sur une plateforme de streaming ou sur le site nrj.be permettait de récolter de l'argent. Les recettes de tous les streams ont été reversés à la Fédération belge des banques alimentaires.



Burn out: *prévenir plutôt que guérir*

3 BONNE SANTÉ
ET BIEN-ÊTRE



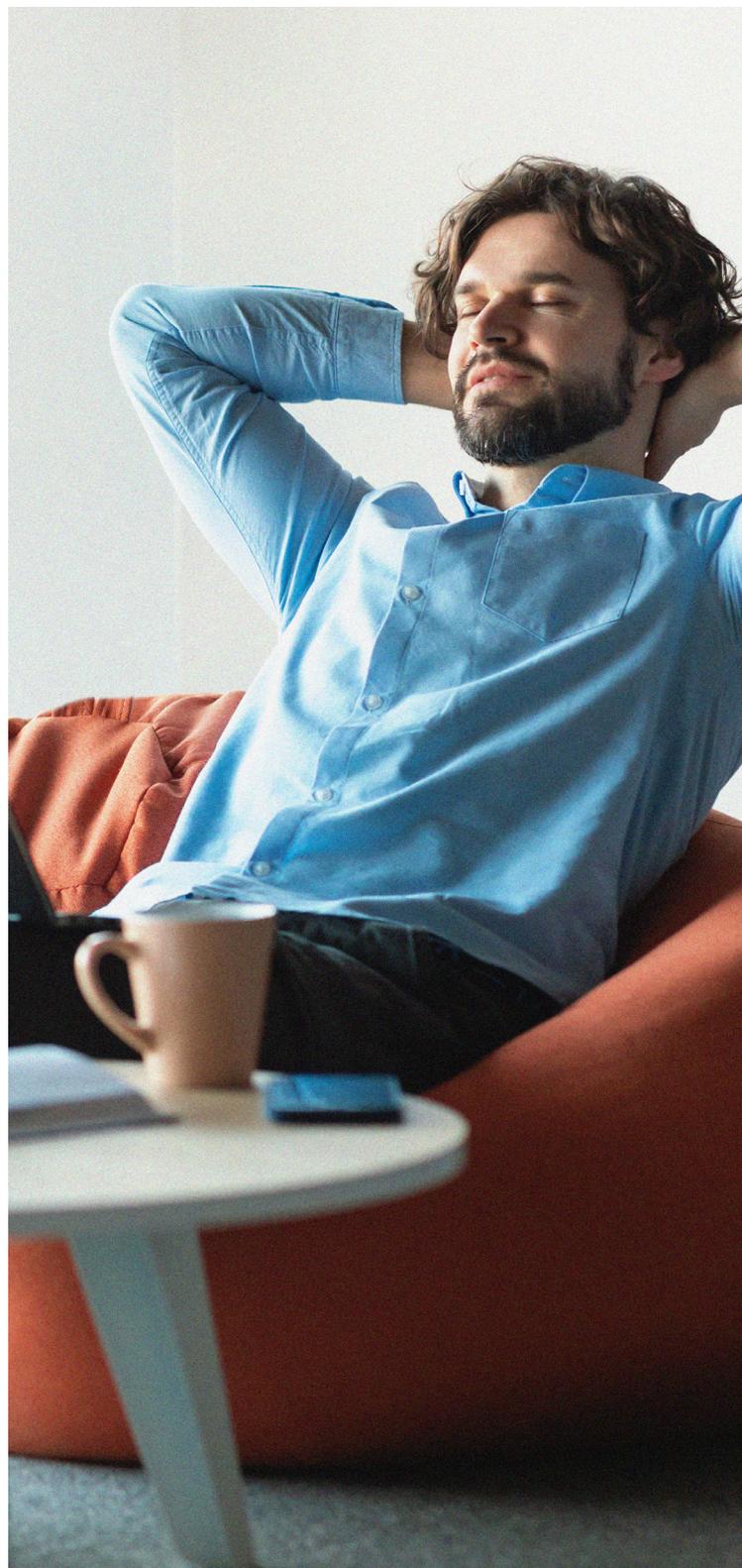
Préserver nos collaborateurs et collaboratrices, c'est non seulement leur offrir un cadre de travail **agréable et safe**, mais c'est aussi aborder la question de la santé mentale, de but en blanc.

Selon une enquête réalisée par le prestataire de service RH Securex, en 2022, près d'1 arrêt de maladie sur 3 en Belgique était dû au burn out. Mieux vaut prévenir que guérir. Mieux vaut détecter les premiers signes d'épuisement pour éviter de tomber dans cette maladie **«qui vous empêche de sortir du lit pendant des mois»**, selon les confessions de **Anne Everard**, juriste et autrice du **Guide du burn-out: Comment l'éviter, comment en sortir**.

Le burn-out, cette formatrice le définit comme un barrage.

“ *Quand il y a trop d'eau et trop de pression d'un côté, il commence à y avoir des micro-fissures. Puis un jour le barrage cède. Et c'est impossible de revenir en arrière.* ”

En 2023, NGroup a une nouvelle fois fait appel à Anne Everard, qui avait déjà poussé nos portes il y a quelques années. Cette formation mêlant sensibilisation théorique et pratique s'adresse à tous les travailleurs et toutes les travailleuses qui le souhaitent.



Soutien aux athlètes de haut niveau *en situation de handicap* avec Target Victory

10 INÉGALITÉS REDUITES



NRJ s'engage à apporter son soutien à **Target Victory**. La mission de cette association: offrir une aide optimale aux athlètes de haut niveau en situation de handicap, en leur donnant la possibilité d'accéder à un matériel de qualité supérieure, à un encadrement par des entraîneurs de premier plan, et à la chance de se mesurer à leurs concurrents lors des compétitions internationales.

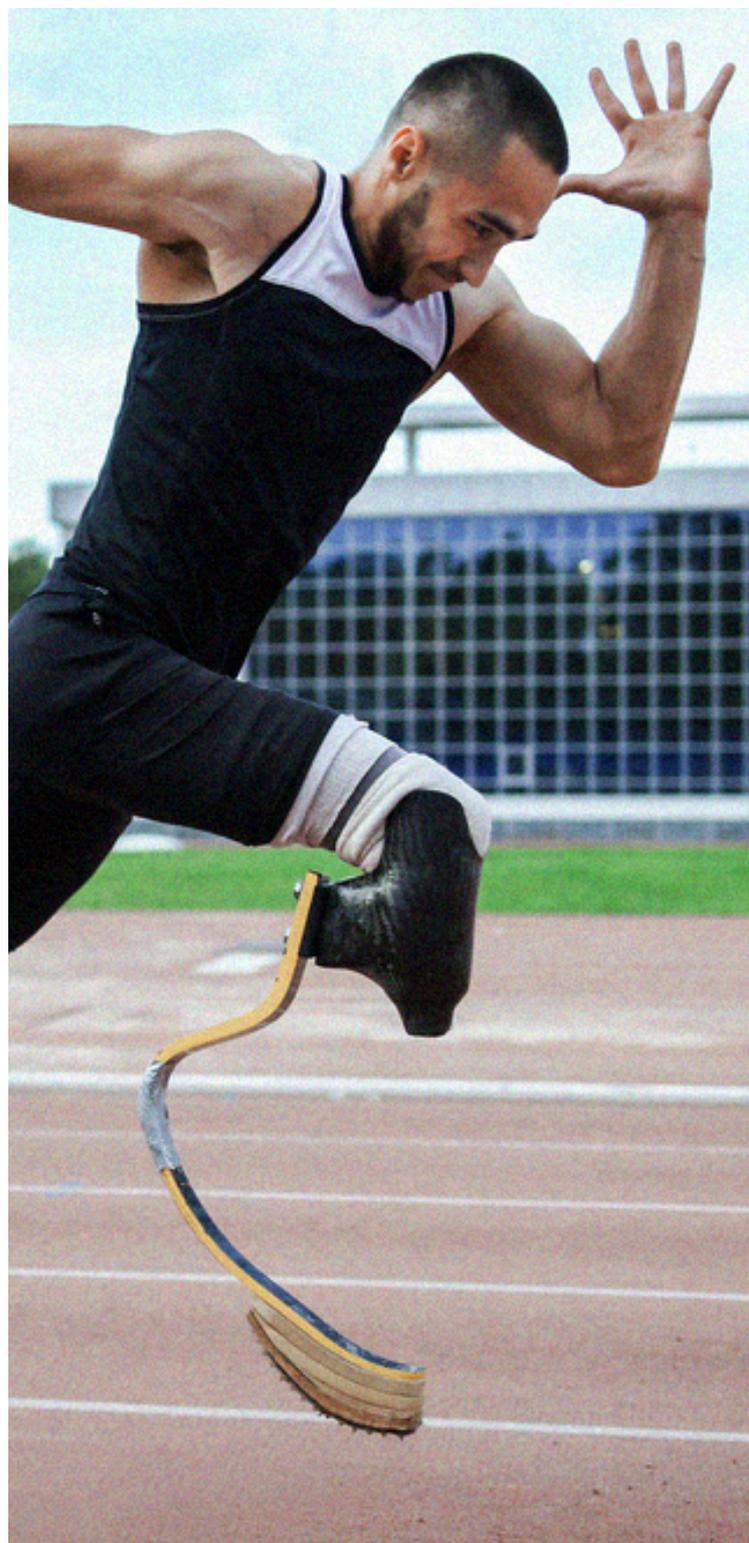


En tant que groupe de médias, NGroup s'adresse chaque jour à une audience diversifiée de plus de 780.000 personnes. Notre responsabilité est dès lors importante: celle de refléter cette diversité au sein de son entreprise et celle de partager cette richesse avec nos auditeur.trice.s. Je suis donc ravi que NRJ apporte son soutien à des athlètes belges qui méritent un renfort financier, logistique et médiatique.

KIM BEYNS, CEO



Ce soutien à Target Victory aboutira notamment à la **création d'un podcast par NRJ** en vue des Jeux Paralympiques de 2024 à Paris.



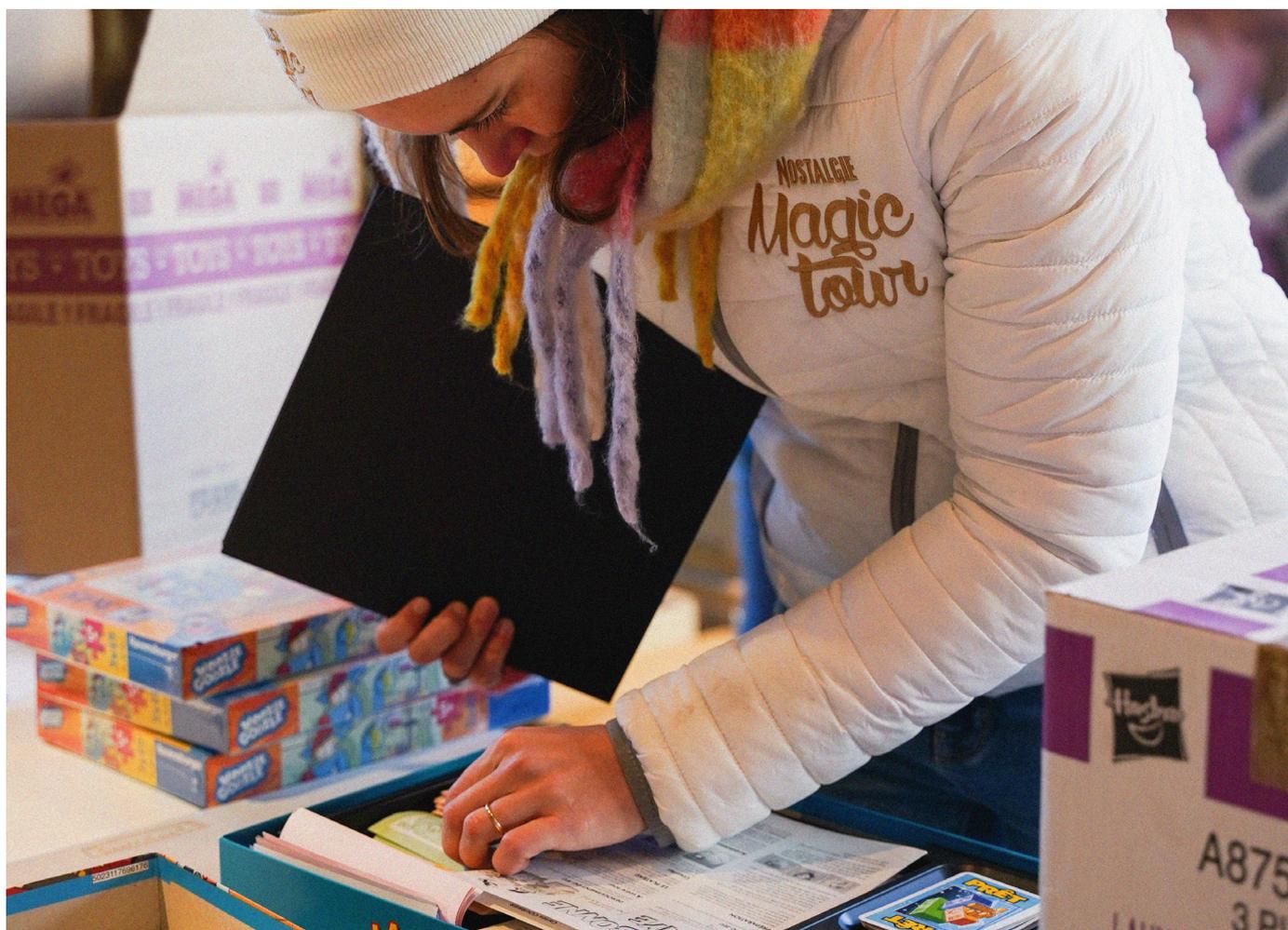
NOSTALGIE

NRJ
HIT MUSIC ONLY!

Chérie

NOSTALGIE +

NRJ+



Le Nostalgie *Magic Tour*

L'égalité des chances est une utopie et malheureusement, pas encore une réalité. C'est pour gâter les enfants dont la vie est semée d'embûches que notre opération de solidarité est née, voici 15 ans. Au départ baptisée «Saint-Nicolas pour tous», l'opération s'est transformée en «**Nostalgie Magic Tour**». Et le bilan 2023 fut une nouvelle fois à la hauteur de toutes les espérances.

Notre studio mobile s'est déplacé à Arlon, Mons, Nivelles, Namur, Bruxelles et Liège. Nos équipes se sont mobilisées **avec les bénévoles de l'association Arc-en-ciel et de notre partenaire IKEA** pour récolter, trier, distribuer des enfants jouets à des milliers d'enfants qui en manquent.



Bilan des opérations: en l'espace de **6 jours, 7184 enfants ont été gâtés grâce aux 14 122 jouets récoltés**. Notre collecte de piles menée main dans la main avec **Bebat** a permis de **valoriser 3 455 kg de piles et de batteries**. Ceux-ci ont été transformés en un chèque de **15 000 euros** pour rénover un centre de vacances de l'association. Au total, ce ne sont pas moins de **226 bénévoles** qui ont contribué au succès de cette opération de solidarité. Opération qui doit aussi son succès à la générosité des auditeurs qui ont, une nouvelle fois, été des milliers, à apporter des jouets en bon état.

L'incroyable Noël d'NRJ



Ce fut la nouvelle opération de solidarité de fin d'année d'NGroup: «*L'incroyable Noël d'NRJ*». Un appel a été lancé aux auditeurs et auditrices pour donner les décorations de Noël qu'ils et elles n'utilisaient plus. Objectif? Offrir des fêtes magiques aux enfants de [La Chataigneraie](#). Située à Ottignies, cette maison d'accueil offre sécurité et soutien à 21 jeunes de 7 à 16 ans au contexte familial difficile.

Le 14 décembre, Julie Taton accompagnée d'une vingtaine d'animateurs et de membres de l'équipe d'NRJ ont investi les lieux pour les rendre magiques! Des animaux lumineux ont été placés dans le jardin ainsi que plusieurs mètres d'illuminations autour des fenêtres de la maison d'accueil. Les sapins ont été livrés par la ferme «[Nos pilifs](#)», une entreprise de travail adapté du nord de Bruxelles. **De quoi faire exploser les enfants de joie!**



Mise en avant des écopreneurs de KAYA dans «Y'a de l'idée» sur Nostalgie



Depuis la rentrée de septembre, chaque mois, la chronique «Y'a de l'idée» sur Nostalgie présente un.e **écopreneur.e de KAYA**. Cette coalition belge rassemble les entrepreneur.e.s actives et actifs dans la transition écologique. La mission de ce collectif: **rassembler, influencer et inspirer**.

“ La mission de Kaya est axée sur 3 actions principales. Tout d'abord, rassembler les écopreneurs afin de faire émerger les idées, les synergies. Il y a aussi l'idée d'inspirer le monde entrepreneurial et économique actuel avec des modèles économiques vertueux qui tiennent compte à la fois des limites planétaires et des planchers sociaux. Et enfin, influencer le monde politique afin de faire changer les règles du jeu avec un plaidoyer des écopreneurs de la coalition. Les entreprises peuvent être un véritable levier pour changer les choses.

**CANDICE ENDERLÉE,
COORDINATRICE DE KAYA**

Si NGroup se déleste de toute prise de position politique, il a fait le choix, avec ce relai mensuel, de mettre en avant un.e entrepreneur.e engagé.e dans la transition écologique, économique et sociale. Cette collaboration se fait en entière cohérence avec la ligne éditoriale de la chronique citoyenne de Leslie Rijmenams, qui fêtera **ses 10 ans** en 2024.



Natagora: *un précieux partenaire*

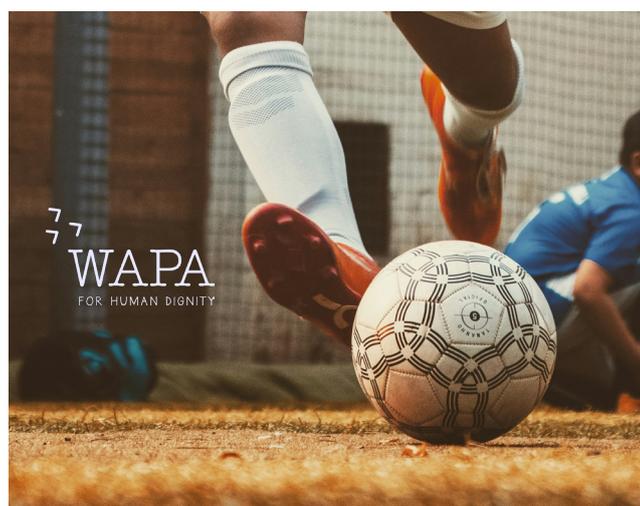


Natagora est une association de **protection de la nature** qui centre principalement ses activités sur Bruxelles et la Wallonie. Depuis 20 ans, elle a créé plus de 5800 hectares de réserves naturelles dans lesquelles la faune et la flore trouvent refuge et se régénèrent. S'associer aux radios NGroup, est pour elle, une voie royale de **diffuser ses campagnes de sensibilisation** et les actions qu'elle mène tout au long de l'année. Pour NGroup, c'est un moyen d'emmener ses auditeurs sur le chemin de la sauvegarde de la biodiversité.

Pas moins de **10 actions** ont été mises en lumière 2023 à savoir: le grand recensement des oiseaux de jardin, le sauvetage des batraciens, la nuit de la chouette, les portes ouvertes des réserves naturelles, la foire agricole de Libramont, le grand recensement des papillons, la nuit européenne des chauves-souris, l'expo photo Aves, la bourse aux plantes sauvages et l'appel aux nouveaux membres.



Lutte contre l'utilisation *des enfants soldats*



En mars 2023, NRJ relayait l'appel de **WAPA International**: «*décomposez les unités d'enfants soldats en composant votre équipe à la WAPA Football League*». Notre radio a constitué une équipe d'une dizaine de membres du personnel pour le tournoi se déroulant au printemps.

Ce tournoi de football pour les 25-40 ans mixte, fun et solidaire est organisé dans 10 communes de Bruxelles et de Wallonie. Son objectif? **Lutter contre l'utilisation des enfants dans les conflits armés pour les intégrer durablement dans leur communauté.** Pour l'heure, on dénombre environ 300 000 enfants soldats dans le monde.

10 bougies pour 100 minutes pour changer le monde



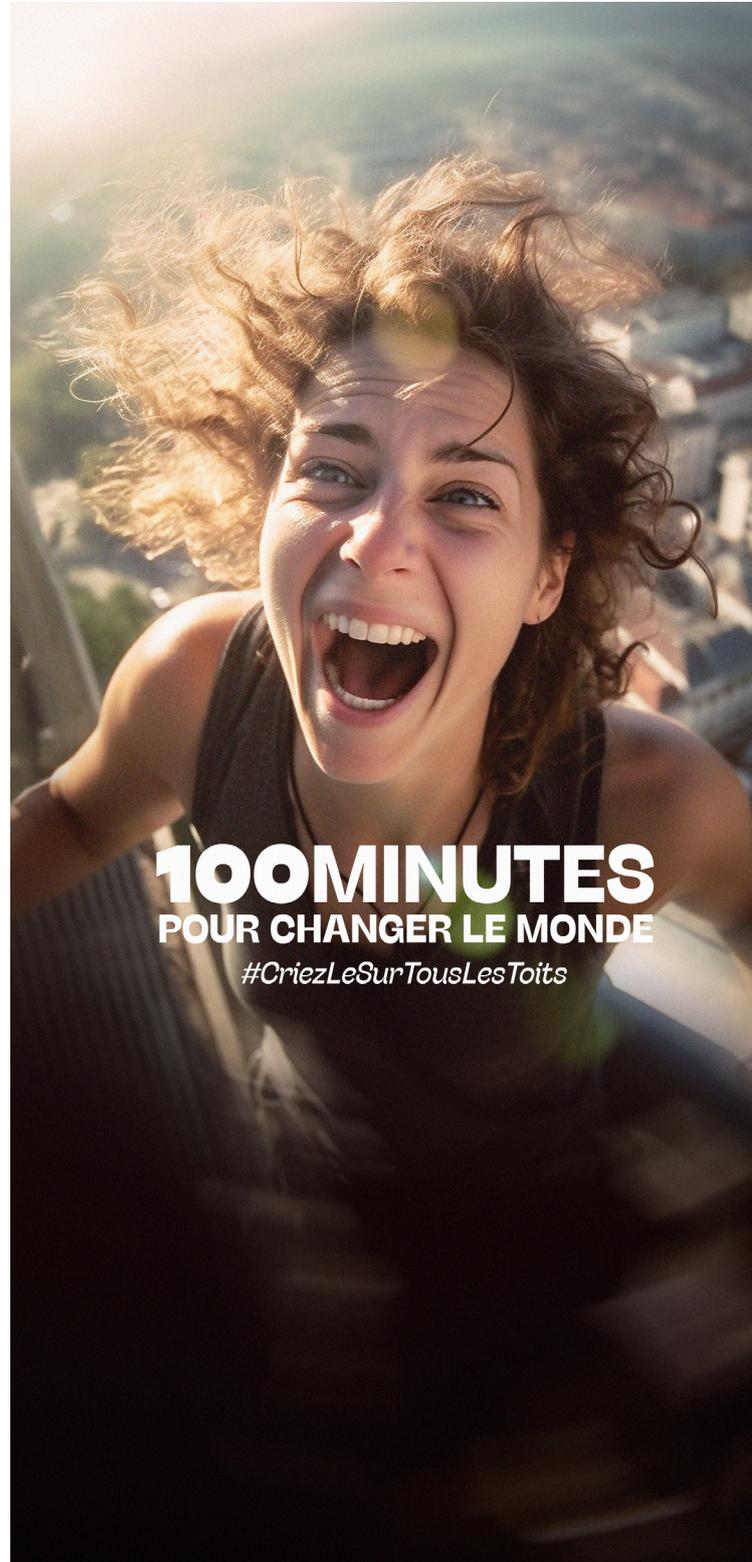
En 2023, Nostalgie a lancé son 10ème appel pour offrir [100 minutes de promo](#) gratuite à des associations qui contribuent à un monde meilleur.

Concrètement? Cela représente **une valeur financière de 1 000 000 €** de spots publicitaires pour les 15 associations gagnantes. Au total, chacune d'elle dispose de **200 spots pub de 30 secondes sur les 4 radios** confondues pour faire connaître sa cause au plus grand nombre. Elles sont départagées par les membres du personnel qui constituent un jury indépendant.

Droits humains, solidarité, aide à la jeunesse ou aux plus démunis, insertion sociale, éducation, écologie, culture... Chaque secteur a droit au chapitre. NGroup s'engage à leur offrir la fenêtre qu'ils n'ont pas, le petit kick qui pourrait leur permettre de booster leur activité et de rassembler des bénévoles... pour continuer leur mission.

Voici les lauréats de 2023:

- **La Vague**: service d'accompagnement, de parrainage et d'accueil familial pour des enfants et adultes en situation de handicap (ODD 10)
- **BabbelBike**: promeut l'inclusion sociale par le vélo. L'asbl propose des balades à vélos adaptés aux séniors, aux personnes à mobilité réduite ou en situation de handicap, et aux personnes isolées (ODD 3, ODD 10)
- **Alzheimer Autrement**: propose des accompagnements à domicile pour rendre le senior et son aidant acteurs de leur vie et leur transmettre une approche humaniste qui fonctionne (ODD 3)
- **Au-delà des nuages**: soutient les parents vivant un deuil périnatal grâce à la photographie. Elle offre un souvenir tangible et un accompagnement pour les parents pendant les premiers moments difficiles (ODD 3)
- **Baob**: s'engage auprès des femmes en maladie de longue durée de manière à les accompagner (individuellement et/ou collectivement) vers une reconstruction positive personnellement, psychologiquement et professionnellement (ODD 3, ODD 8)



- **Repair Together**: sensibilisation à la réparation des objets tout en créant du lien social avec les Repair cafés (ODD 12, ODD 13)
- **O2Tech**: recycle le matériel informatique et électrique, pour le redistribuer à des associations dans le besoin. Objectif: lutter contre la fracture numérique et protéger l'environnement (ODD 10, ODD 12)
- **SRPA – Société Royale Protectrice des Animaux**: accueille des chiens, chats et autres animaux de compagnie abandonnés par leur maître, errants sur la voie publique ou saisis par la justice pour mauvais traitement (ODD 15)
- **Fondation Païri Daïza**: née de la volonté d'attirer le regard sur le trésor qu'est la biodiversité qui nous entoure, de créer un attachement plus fort à la nature et de susciter, auprès de chacun, un engagement durable pour sa conservation (ODD 4, ODD 14-15)
- **Le Réseau**: propose des formations pour insérer des personnes porteuses de handicap dans le monde de l'emploi (ODD 8, ODD 10)
- **Compagnie Albertine**: promeut la littérature comme vecteur d'égalité et de paix sociale. Elle souhaite rendre la littérature accessible à un public précarisé et éloigné du livre en proposant des lectures-spectacles, des animations, des ateliers d'écriture, des rencontres etc (ODD 4, ODD 10)
- **Maison maternelle Paul Henricot**: offre un accueil et un hébergement aux femmes et leurs enfants en situation de détresse sociale (victimes de violence, précarité de logement etc.) (ODD 1, ODD 10)
- **WAPA International**: lutte contre l'utilisation d'enfants dans les conflits armés et pour leur réintégration au sein de communautés renforcées (ODD11, ODD 16)
- **Corps@coeur**: instaure un climat d'entraide et de bienveillance dans les classes et les écoles via des ateliers spécifiques (ODD 4, ODD 16)
- **Notre Abri**: héberge 64 enfants de 0 à 6 ans. Objectif: aider l'enfant dans la reconstruction d'un sentiment de sécurité, de confiance en l'adulte, d'attachement et d'estime de soi (ODD 3, ODD 10)
- **Retrouvonsmile**: accompagne psychologiquement et émotionnellement des enfants placés, à travers des activités émotionnelles, expressives et culturelles (ODD 4, ODD10)



**100 MINUTES
POUR CHANGER LE MONDE**

#CriezLeSurTousLesToits

A person with long hair, seen from behind, stands in a field of tall grass. The scene is bathed in the warm, golden light of a sunset or sunrise, with the sun low on the horizon, creating a strong lens flare effect. The person is wearing a red top and dark shorts. The overall mood is peaceful and contemplative.

(S')éveiller

S'éveiller

“ L'essentiel dans l'éducation, ce n'est pas la doctrine enseignée, c'est l'éveil
(Ernest Renan, écrivain français)

En tant que **mainstream media**, nous avons un rôle de divertissement mais aussi d'information. Et car il n'y a aucun éveil collectif sans éveil individuel, l'apprentissage en interne est une de nos priorités. **3195 heures de formation** (formelle et informelle) ont été délivrées en 2023!

Ce n'est qu'en étant sensibilisés aux différents enjeux de ce monde et en les comprenant que nous pouvons, à notre tour, transmettre et partager les messages de manière consciente à nos publics et inviter à un passage à l'acte positif.

Soutien sur les 4 antennes de la *Journée mondiale de l'alimentation* (16 octobre)

Depuis 2020, NGroup offre des campagnes de publicité sur ses antennes pour sensibiliser à la Journée mondiale de l'alimentation, **initiée par la FAO** (l'Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture).

Le thème de 2023? **L'accès à l'eau pour toutes et tous. L'eau nous nourrit, elle alimente la terre, notre nourriture, notre corps.** Si elle est essentielle à notre survie, il s'agit pourtant d'une ressource limitée, menacée par le changement climatique, la pollution et la surexploitation. C'est pourquoi il est essentiel de la préserver et de la gérer durablement. NGroup s'engage à partager pareil [message](#), car il en va de la préservation des écosystèmes naturels et de la survie de tout le vivant humain et non humain.



Diffusion du podcast native: *17 Chansons pour changer le monde* et relai par NRJ France



[17 Chansons pour changer le monde](#) est un projet entamé en 2022 par la journaliste Leslie Rijmenams, sous l'impulsion de Corporate ReGeneration. Son objectif: **faire le lien entre les Objectifs de Développement Durable et les mélodies de notre quotidien**. Ce message est universel et de longue portée. Les équipes de NRJ France ont d'ailleurs voulu à leur tour partager ce contenu sur [leur plateforme de podcast](#).



La musique comme caisse de résonance des défis planétaires

A l'heure où le GIEC lance son ultime signal d'alarme, comment vivre sur une planète viable où chaque être vivant a droit au chapitre ? **Peut-on prétendre à l'autodétermination et à l'égalité des chances ?** Comment arrêter cette course folle et éviter le mur ? Comment comprendre que ralentir, ce n'est pas contreproductif et que la sobriété n'est pas synonyme de décroissance ? Comment changer le monde et d'abord changer le nôtre si on ne le comprend pas ?

Les médias sont un miroir grossissant de ce qu'il s'y passe. Ils ont une responsabilité dans la réalité qu'ils reflètent. En étant plus ou moins nuancés, plus ou moins putassiers, plus ou moins alarmistes, plus ou moins constructifs, ils ont la capacité d'influencer notre perception et notre vision du monde. L'objectivité aseptisée n'existe pas.

Chez NGroup, nous avons pris le pli de jouer avec nos outils pour toucher celles et ceux qui nous lisent et nous écoutent : **l'approche solutionnaire et les émotions liées aux souvenirs.**

Comment nous, médias, pouvons vous aider à saisir les grands enjeux de ce 21ème siècle ? Comment embarquer un public qui frappe d'abord à notre porte pour la musique dans la compréhension des grands enjeux sociétaux ?

En jouant sur cette corde, justement. Sur les accords qui nous bercent depuis toujours. Car derrière eux se cachent des **artistes engagés** qui relaient avec **force des messages universels.**

**LESLIE RIJMENAMS,
JOURNALISTE**

Qui aurait cru que les effrénés Temps Modernes de Charlie Chaplin seraient plus que jamais d'actualité, près de 100 ans plus tard ? Si le collectif d'artistes USA for Africa met l'accent sur la famine en Ethiopie, son appel à l'aide n'occulte pas les **centaines de millions de personnes qui souffrent de la faim dans le monde.** Quant à Tracy Chapman, la douceur de ses chants ne fait que rendre son cri pour la justice sociale plus viscéral.

La musique est un moyen extraordinaire pour faire passer des messages, aussi sérieux soient-ils. Se servir de cette passion commune est une belle manière de lever un coin du voile sur les grands enjeux actuels. En 2015, l'ONU a adopté 17 Objectifs de Développement Durable pour assurer la prospérité pour les peuples et la planète, à l'horizon 2030. Parmi eux : **la paix, l'éducation de qualité, le travail décent, la réduction des inégalités, la préservation de la biodiversité, la lutte contre les changements climatiques...**

La journaliste centrée sur la transition que je suis se réjouit de se mettre au service de cette cause : sensibiliser et employer la musique comme caisse de résonance des défis qui s'imposent. Comme le colibri, **je tente de faire ma part.**

Je vous invite, dès à présent, à découvrir notre podcast native : [17 chansons pour changer le monde](#). En espérant qu'il rayonnera au-delà des frontières. Les premières étant, peut-être, nos propres pensées limitantes.

Des fresques, des fresques, *des fresques*



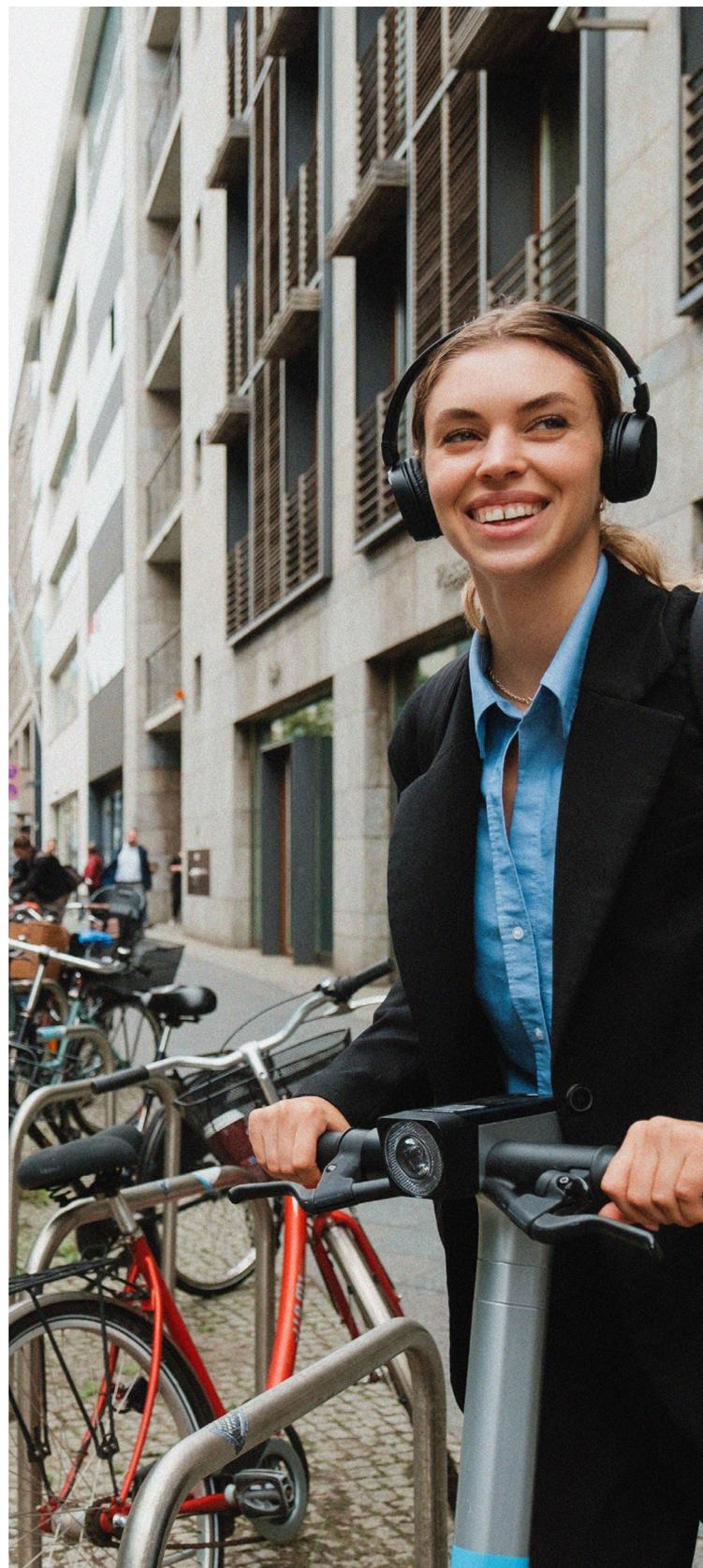
En 2022, une vingtaine d'employés ont participé à «**La Fresque du climat**». Cette méthode fonctionnant en intelligence collective s'avère tellement efficace pour comprendre les changements climatiques de manière systémique que nous avons décidé de la poursuivre et de sensibiliser un maximum de collaborateur.

En 2023, **13 autres employés** ont participé à la Fresque du climat. L'idéal étant que chacun.e soit formé.e d'ici fin 2024.

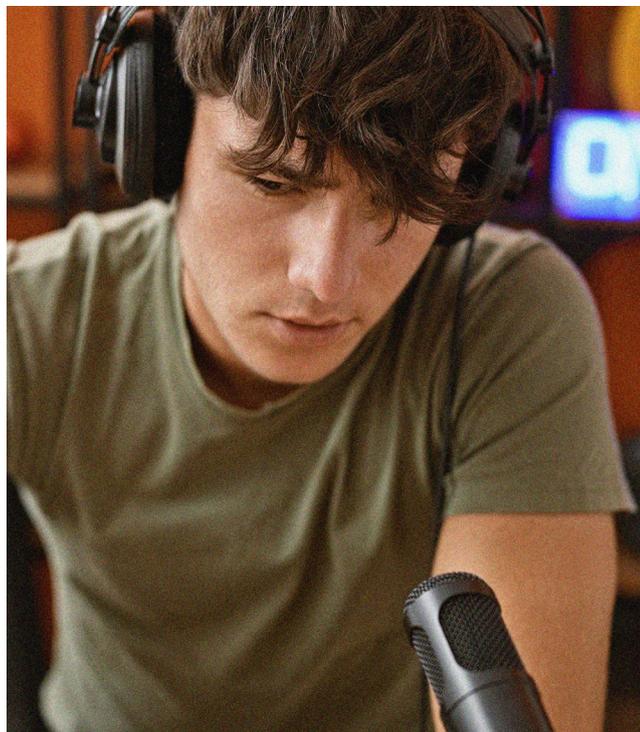
Suivant la même approche que la Fresque du climat (intelligence collective et approche systémique) et dans un objectif de changement de comportements, d'autres «fresqueurs» ont également sensibilisé une partie de notre équipe aux / à :

- **L'impact de la pub** («Fresque de la pub» organisée au sein de la régie RMB)
- **L'impact de la mobilité** («Fresque de la mobilité» organisée lors de la semaine de la mobilité)
- **L'importance d'imaginer, ensemble, de nouvelles façons de fonctionner** («fresque des nouveaux récits» organisé au tiers-lieu «L'arbre qui pousse» pour découvrir l'influence des récits dominants sur notre cerveau et notre comportement)
- **Enjeux de la Responsabilité Sociétale des Entreprises** («Fresque de la RSE» organisée pour les responsables RSE par le Now Ecosystem)

Certaines de ces fresques ont été animées en partenariat avec Corporate Regeneration et les Shifters.



A la recherche du prochain *Jeune Reporter pour l'Environnement*



Entre mars et mai, NRJ s'est associé avec [Good Planet](#) pour pousser les jeunes à devenir un « [Young Reporter for the Environment](#) »

Cet appel s'adressait aux jeunes de 11 à 25 ans qui veulent s'engager pour le climat. Podcast, reportage, clip vidéo à l'appui... les jeunes sont invités à raconter leur «story» sur la crise climatique de façon constructive. Cette année, ils avaient le choix entre trois sujets: **le déclin de la biodiversité, le changement climatique et la pollution.**

Cette année, [11 jeunes et/ou classes ont été distingué.e.s.](#)

Toujours dans un objectif d'éveil citoyen, NRJ est également partenaire des [formations coordonnées par Good Planet](#) destinées à comprendre la transition et la nécessité de respecter les limites planétaires.

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.



Women @NRJ_Group

Women @NRJ_Group est une initiative de NRJ Group pour encourager l'empowerment au féminin, développer les talents féminins et favoriser une plus grande féminisation des métiers dits « **techniques** ».

Elles organisent notamment des sessions d'inspiration auxquelles les collaboratrices peuvent participer par Teams. Parmi les intervenantes de 2023: Cathy Collart Geiger, la directrice générale de Picard ou encore Marie-Anne Robert, présidente de Sony Music France.



Soutien à la *Semaine du Commerce équitable*



Car il assure une rémunération juste à tous les maillons de la chaîne, le commerce équitable est une priorité sur le chemin des Objectifs de Développement Durable. **Il permet de réduire les inégalités, la pauvreté, la faim dans le monde.** Il dresse aussi les conditions de la dignité et du travail décent, en vue d'une croissance économique et soutenable.

Nos auditeurs ont été sensibilisés à cette semaine dans [les rendez-vous d'information](#) mais les collaborateurs aussi, via une communication faite en interne sur base du thème 2023: **#SaveCoffee**.

“

Une augmentation de 1°C en moyenne pourrait entraîner une perte de 25% de la production de café. Alors comment agir pour éviter que nos tasses ne soient bientôt vides? En consommant du café Fairtrade notamment. Car Fairtrade apporte aux producteurs un revenu décent et stable leur permettant d'investir dans l'amélioration de leurs techniques de production. Fairtrade impose également des standards environnementaux stricts et propose des formations et des programmes adaptés pour faire face aux nouveaux défis climatiques.

En optant pour du café Fairtrade, vous permettez ainsi aux agriculteurs de s'adapter aux changements climatiques et d'investir dans des moyens de production plus résilients.

GÉRALDINE DELEUSE, DIRECTRICE RSE

La Fête de *la Récup*



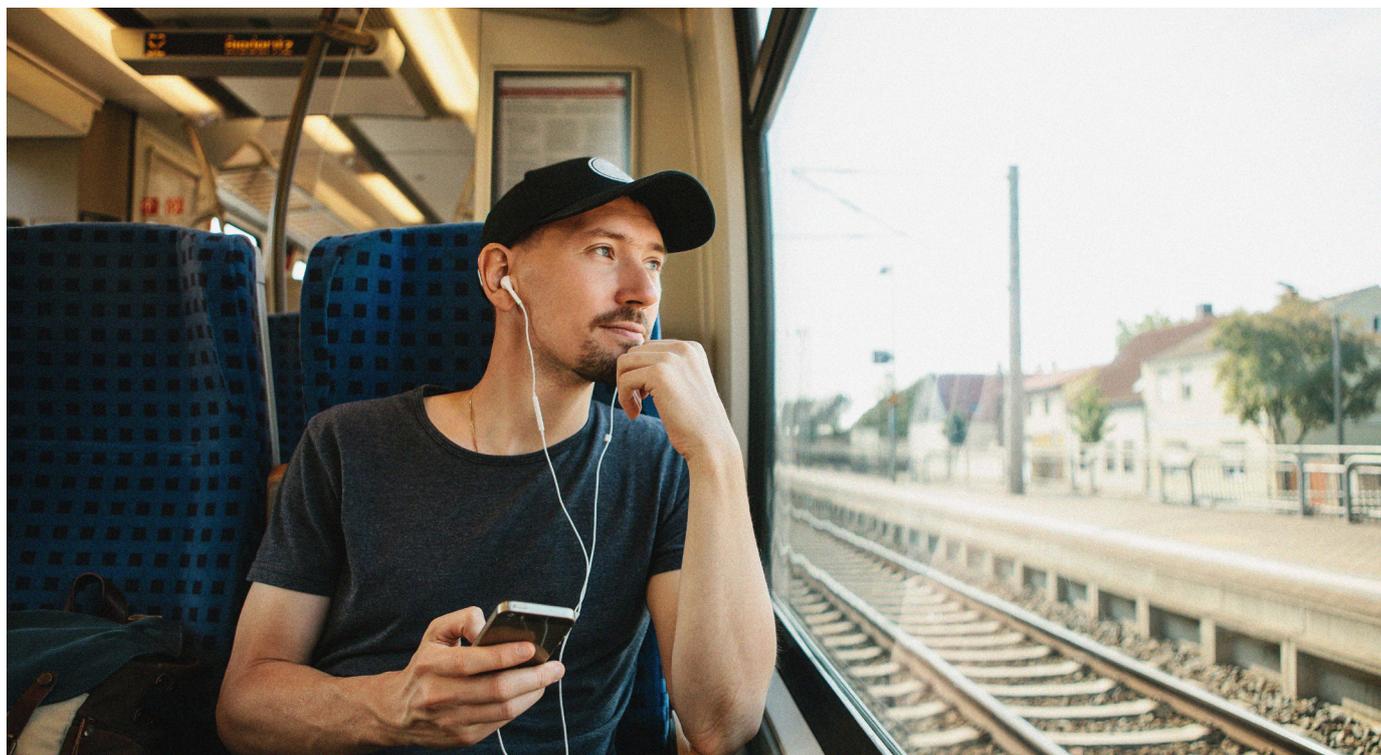
Du 30 avril au 7 mai, les publics de NRJ et de Nostalgie étaient invités à découvrir les acteurs de **la Récup'** via une campagne de spots publicitaires.

Cet événement organisé en Wallonie et à Bruxelles était à l'initiative de [Res-Sources](#), la fédération des entreprises **sociales et circulaires**. L'occasion de mieux cerner l'envers du décor de ces entreprises vertueuses pour l'humain et la Terre.

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.



(S')entourer





S'entourer

“ L'entourage peut être la cause de ta réussite comme de ton échec.
 A un moment de ta vie, il faut marcher avec les personnes qui te font avancer.
 (Auteur inconnu)

Faire sens fait partie de notre engagement quotidien, quel que soit le contenu partagé à l'antenne ou sur le web. Nous nous engageons à en mettre partout quand c'est possible.

Et pour nous aider à mettre une intention dans chacune de nos actions, pour prendre du recul, pour **ne jamais cesser de grandir** (dans le sens: «être élevé»), oser demander de l'aide est souvent salutaire.

Bien s'entourer pour rester alignés, comprendre l'importance de l'inclusion, nous challenger, questionner ce qui semble acquis font partie de notre identité. S'entourer pour mieux servir et divertir avec sens. Le 17ème ODD, à savoir **le développement de partenariats** pour réaliser les objectifs, sont en toile de fond de la plupart de nos actions.



3 questions à Emilie Bréban

qui accompagne NGroup dans son trajet
vers plus de diversité et d'inclusion

La diversité, c'est quoi? Ce n'est pas qu'une question de genre...

La diversité, c'est tout ce qui distingue ou différencie les groupes ou les individus entre eux. Il faut savoir que certaines de ces caractéristiques sont protégées par la loi anti-discrimination, comme l'âge, la couleur de peau, le handicap.

Pourquoi avoir le réflexe «inclusif» dans une entreprise ?

Dans les médias comme ailleurs, les entreprises doivent respecter le cadre légal et lutter contre les discriminations. Mais cela ne se limite pas à l'embauche. Une fois qu'on a recruté du personnel, il faut veiller à ne pas discriminer les collaboratrices et collaborateurs dans leur évolution, dans la manière donc on évalue leurs tâches et compétences. Le cadre inclusif doit être appliqué tout le temps. L'inclusion va au-delà de la lutte contre la discrimination mais elle y puise sa source.

Pour être claire: augmenter la diversité, c'est nécessaire, mais ce n'est pas suffisant car cela ne garantit pas l'égalité. De nombreuses recherches démontrent qu'un cadre inclusif favorise le bien-être et améliore les performances.

En ce qui concerne les médias à proprement parler, ils ont un rôle à jouer en matière de représentation. Ils peuvent agir sur la représentation ou non de certains groupes ou de certains stéréotypes, sur la représentation des minorités.

Mais il y a aussi toute la question de la RSE, la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise. Cette question s'applique de manière générale: on part du principe que l'entreprise a un rôle à jouer dans un projet de société. Instaurer l'inclusion en entreprise, c'est défendre un projet de société qui serait, également, inclusive.



Concrètement, comment parler sur antenne pour être le plus inclusif possible ?

Une chose tout d'abord car je sais à quel point ça peut braquer... La communication inclusive, ce n'est pas forcément (et pas que) le point médian (dans les documents écrits) et le fait de parler en «iels», pas du tout privilégié en radio. La communication inclusive permet en fait de prendre conscience du pouvoir des mots et des images sur la présentation que l'on se fait de la réalité.

Etre inclusif, c'est sortir de sa propre réalité, ne pas narrer l'actualité avec notre propre schéma de pensée. C'est prendre conscience des biais cognitifs qui filtrent et valident ce qui va dans notre sens.

Etre inclusif, c'est aussi inclure sans exclure en évitant par exemple les généralités ou en s'adressant à plusieurs types de personnes lors des interventions. C'est aussi multiplier les intervenants, oublier les stéréotypes, éviter les supposés connus... Au lieu de parler de l'infirmière et de l'ingénieur, on peut également féminiser ou masculiniser certaines professions, voire parler de la profession en général (comme «les soins de santé» ou «l'ingénierie»...). Certes, cela semble être des détails, mais cela peut faire toute la différence en termes de représentation et de construction du monde.

MeltingPom: *pour relocaliser nos fruits*



Depuis des années, les collaborateurs de NGroup recevaient des fruits en cuisine, une fois par semaine.

Nous avons toutefois décidé de changer de fournisseur, plus fidèle à nos engagements. Il s'agit dès à présent de MeltingPom. Il ne propose **que des fruits provenant d'Europe** et en livre 6 sortes par semaine (environ 1 fruit par personne et par jour). **Exit les bananes.** On y retrouvera des pommes, des oranges, des pêches, des prunes, des melons... et aucun produit exotique qui ne soit cultivé en dehors du sol européen.



Mesurer notre *empreinte carbone* (et agir pour la réduire)



En 2022, NGroup s'est associé à la société [Tapio](#) pour **mesurer son empreinte carbone**. L'objectif était d'élargir le scope pour avoir des données plus fidèles à la réalité.

A l'époque, une première étape avait été franchie en intégrant certains événements propres dans le calcul. Cette année, de nouveaux événements y ont été ajoutés: **les chasses aux œufs et les labyrinthes d'Halloween.**

En 2024, les Family Days de Nostalgie et des Live sessions NRJ seront, eux aussi, pris en compte.

Inévitablement, notre bilan carbone s'en trouvera alourdi.

C'est grâce à ces données transparentes ([voir](#)) que nous pouvons avancer en connaissance de cause et tenter de **nous améliorer**. De nombreuses actions exposées dans ce rapport d'impact sont destinées à réduire au maximum notre empreinte carbone et écologique.



Création du *Comité d'Impact*

Le 31 janvier 2023 a donné le coup d'envoi du Comité d'Impact voué à se rencontrer 4 fois par an. Objectif? **Challenger et inspirer** la stratégie RSE de NGroup avec des membres en interne mais aussi et surtout des personnes extérieures à l'entreprise.

Ce groupe se compose de **10 membres «permanents»** et s'ouvre ponctuellement à d'autres parties prenantes pour une consultation formelle (telles que des auditeurs ou des annonceurs).

Autour de la table gravitent plusieurs gardiens, définis comme suit:

- **Les gardiens de la nature et des limites planétaires:** Leslie Rijmenams (journaliste Nostalgie engagée dans la politique RSE, autrice du podcast 17 chansons pour changer le monde), Vinz Kanté (fondateur de LIMIT)
- **Les gardiens du futur:** Charlotte Saussez (jeune de Corporate Regeneration) et Bastien Bott (animateur NRJ)
- **Les gardiens de la mission et de la prospérité:** Nicolas Fadeur (Brand Manager NRJ) et Kim Beyns (CEO NGroup)
- **Les gardiens de la régénération:** Antoine Helson (co-CEO de Dandoy) et Vincent Truyens (co-fondateur de Corporate Regeneration)
- **Les gardiens du socle social:** Valérie Janssens (directrice du Development et Sustainability Lead chez RMB) et Géraldine Deleuse (directrice RSE Ngroup)



Ils et elles témoignent



“

Je suis fascinée par le pouvoir d'intégrer des personnes externes à son entreprise ou à son écosystème pour questionner sa vision, son business model, ses processus de décisions. On comprend très vite à quel point prendre un peu de hauteur amène directement des autres angles d'approche. Les marques commerciales interrogent les consommateurs pour challenger leurs produits, les politiques font parfois appel au referendum pour recueillir l'avis de la population, mais les entreprises s'exposent rarement à l'avis d'autres parties prenantes que celui de leurs actionnaires. Pourtant en tant que citoyen.ne, partenaire, prestataire, on peut avoir une vraie influence sur la transition de notre économie. C'est exactement l'expérience que j'éprouve en participant à ce Comité d'Impact NGroup, au-delà de l'énergie positive que génère le contact avec des personnes qui mettent du sens dans ce qu'ils font. Merci donc pour cette formidable initiative que je recommanderais de mettre en place dans toute entreprise.

**VALÉRIE JANSSENS, DIRECTOR MEDIA,
DATA, TECH, CSR RMB**



“

Je participe à plusieurs comités d'impact et celui-ci me marque particulièrement. C'est la première fois que je discute avec une entreprise sur le changement de business modèle, et nous y abordons réellement des questions de transformation de l'activité principale d'NGroup, plutôt que d'une petite partie du business. Nous explorons les revenus dans le monde de la radio, les modèles de prix liés à l'engagement durable, et la transition des 12 minutes de publicité en 12 minutes régénératives. Nous commençons simplement à discuter du sujet et des différentes solutions. Il reste encore du chemin à parcourir avant que ces nouveaux business modèles ne soient mis en œuvre, mais cela est une grande source d'inspiration pour moi.

**CHARLOTTE SAUSSEZ,
JEUNE DE CORPORATE REGENERATION**

Ils et elles témoignent



“

Face aux enjeux environnementaux, sociétaux et sociaux auxquels le Vivant, y compris nous, les humains, sommes confrontés, nous constatons que le modèle actuel classique de l'entreprise est à bout de souffle. Il épuise autant les humains que la planète. Il est donc nécessaire de le réinventer afin d'entamer une mutation profonde nécessaire à la survie de l'entreprise et du Vivant. Pour atteindre cette transformation, je pense que la mise en place d'un Comité d'impact en entreprise, composé de personnes audacieuses ayant la force de réformer, questionner et challenger le système existant, peut faire bouger les lignes au sein d'une organisation. Par son impact et son rôle de "contre-pouvoir", il peut amener l'entreprise sur un chemin où elle deviendra un acteur majeur d'un avenir plus équitable et plus durable.

**ANTOINE HELSON,
CO-CEO DE DANDROY**

(Se) bouger



Se bouger

“ *Pire que le bruit des bottes, le silence des pantoufles*
(Max Frisch, écrivain suisse)

Cette citation, l'écrivain Max Frisch l'écrivit après la 2ème guerre mondiale. Il revenait à l'époque sur conformisme de certains citoyens face à la montée des ennemis des démocraties, tout en le dénonçant.

Des décennies plus tard, nos démocraties sont toujours menacées. **Notre planète brûle et les inégalités abondent.**

Si aucune conviction politique ne sera jamais partagée sur antenne, nous avons une conviction

universelle: **les droits humains et la sauvegarde de la planète n'ont pas de couleur idéologique.** C'est donc dans un souci de préservation du bien commun qu'un département RSE est né en 2022 et que nous faisons le choix d'agir dans la mesure de notre possible.

(Se) bouger, c'est sortir de chez soi. C'est s'investir et investir au profit des objectifs dans lesquels on croit.

Récupérer pour *aider* et moins gaspiller: opération Recupel

Cette année, La Grande Collecte – Mission Recyclage de **Recupel** avec Nostalgie a déployé son studio mobile à Soignies, Wavre, Jambes et Auderghem. Tout au long de ces journées qui allient **solidarité et cause climatique**, les auditeurs étaient invités à apporter leurs appareils électriques. Ceux qui ne fonctionnent plus sont recyclés. Les autres sont redistribués à **l'asbl L'ilot**, une association de lutte contre le sans-abrisme.

En 2023, **26,7 tonnes d'appareils électriques ont pu être recyclés ou reconditionnés** grâce à cette grande opération.





NRJ Run to kick: *courir ensemble contre le cancer*

Le 24 septembre 2023, **KickCancer** a organisé la sixième édition de sa course solidaire: «**Run to Kick**». Et NRJ s'est joint à la cause.

Une team de coureurs a été composée en interne et rejointe par tous les auditeurs et auditrices désirant former une équipe. Après la course, ils ont assisté au concert de plusieurs artistes dont

Pierre De Maere et Hyphen Hyphen. Le tout, animé par une voix NRJ (en l'occurrence: Bastien Bott, présent dans le Comité d'impact).

Tous les fonds récoltés à l'occasion de «**Run to Kick**» sont alloués à financer des traitements innovants pour les enfants atteints du cancer avec **Fight Kids Cancer**.



Brussels Nature *Run & Walk*

Avec le **Brussels Nature Run**, les auditeurs et auditrices d'NRJ étaient invité.e.s à découvrir les bijoux cachés de la périphérie nord-ouest de

Bruxelles, à pied. Objectif: **s'émerveiller** pour plus respecter. 3 distances sont proposées: 8km, 14,5 km ou 26 km.

Installation de 130 *panneaux photovoltaïques*



S'il n'a pas toujours été de la partie cette année en Belgique, le soleil a bel et bien pris une place de choix chez NGroup en 2023.

130 panneaux solaires ont été installés sur le toit de notre siège social, à Evere. De quoi **couvrir 20% de notre consommation électrique** annuelle, soit l'équivalent de 50 165 kWh.

Deux avantages: des économies substantielles sur notre facture d'électricité mais aussi un impact positif pour l'environnement. Grâce à ses panneaux solaires, NGroup est en mesure de réduire, annuellement, ses émissions de plus de 21 tonnes eqCO2.

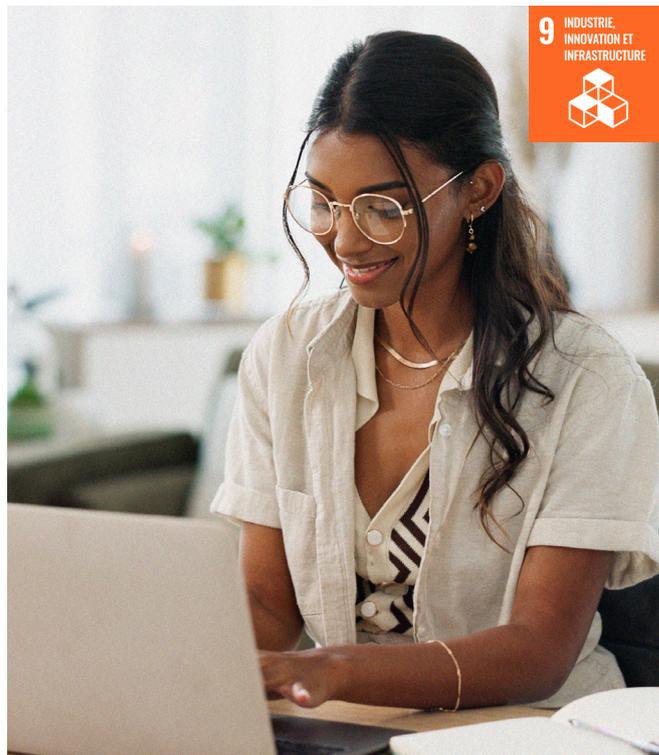


Le saviez-vous? Les studios antenne de NGroup ainsi que le système d'envoi des programmes vers la FM et le DAB+ consomment 46.000kW par an. Cela signifie que l'utilisation de ces panneaux solaires couvre entièrement les besoins énergétiques des studios radio de Nostalgie, NRJ, Nostalgie+, NRJ+ et Chérie.

Digital: des sites moins énergivores

Cette année, un travail de fond a été mené avec les développeurs pour réduire drastiquement le poids des pages de nos sites. Plus faciles à charger pour les utilisateurs, ces sites nécessitent moins de ressources et permettent de diminuer l'impact carbone de leur utilisation.

Selon le type de page, **la diminution des grammes d' eqCO2 émis peut aller de 38% à 97%!**



NGroup - Label Diversité Actiris: *et de deux!*



Le label **diversité d'Actiris** encourage les entreprises à adopter des mesures concrètes pour comprendre les notions de diversité, d'inclusion et d'**égalité des chances** mais aussi les intégrer dans leurs pratiques.

En 2019, NGroup recevait pour la première fois, aux côtés de 27 autres organisations, le label d'Actiris.

Label qui lui sera remis pour la deuxième fois en 2022.

En 2023, nous avons reposé une candidature pour un plan thématique sur 2 ans (2023-2024). Son objet: **la communication inclusive**.

Le NRJ Music Tour: *en route pour plus de durabilité*



C'est l'évènement musical gratuit le plus attendu en Belgique. Chaque année, **6000 auditeurs viennent applaudir** leurs stars préférées sur la scène du WEX en Marche-en-Famenne.

Cela fait donc des milliers de personnes à sensibiliser à la **cause environnementale**. En matière de boissons, le choix s'est posé sur des gobelets compostables.

Les produits de fooding vendus étaient pour leur part des produits locaux et la provenance

des aliments était indiquée sur nos visuels. Les contenants étaient confectionnés en carton recyclé.

Mais 6000 personnes qui assistent à un concert live, ce sont aussi 6000 personnes qui se déplacent. Désormais sensibilisé à nos engagements, le WEX a pris contact avec le TEC pour évaluer les possibilités de **mise en place de navettes** au départ de la gare de Marloie. Cette année, les TEC n'ont pas pu répondre favorablement à sa demande.

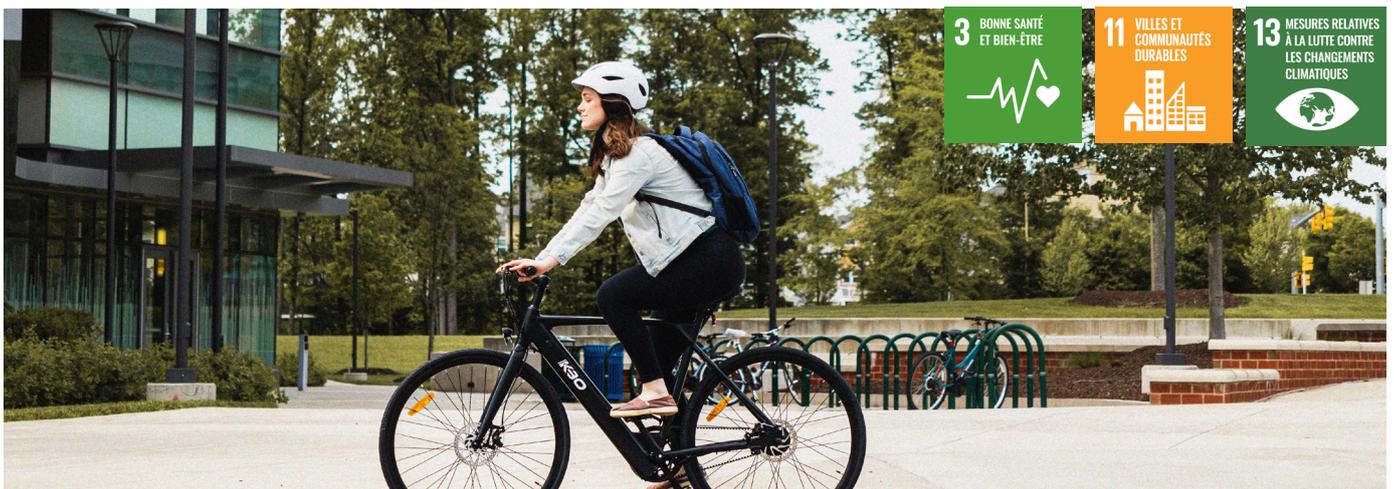
Recours à la *seconde main*

Cette année encore, les déguisements et décors qui servent aux opérations saisonnières telles que le Labyrinthe d'Halloween pour Nostalgie **sont chinés et issus de la seconde main.**



Le saviez-vous? 10% des émissions mondiales de gaz à effet de serre (soit 1,7 million de tonnes de CO2) sont dues à l'industrie textile. Celle-ci contribue significativement au changement climatique. D'après les chiffres de [l'Union européenne](#), la production textile est responsable d'environ 20% de la pollution mondiale d'eau potable à cause des teintures et autres produits de finitions. Par ailleurs, selon les estimations, **fabriquer 1 t-shirt nécessite 2700 litres d'eau douce.** En moyenne, un Européen consomme près de 26kg de textile neuf par an et en jette 11. Or, à peine 1% de ces vêtements est recyclé. Une hérésie, d'autant plus quand on sait qu'entre 2000 et 2015, la production de vêtements a doublé.

Vélos de *pool*



Afin de rendre les déplacements professionnels **moins polluants** et dans une volonté de promouvoir la **mobilité douce**, plusieurs vélos électriques de pool sont mis à la disposition des

collaborateurs et collaboratrices. Il s'agit de **deux vélos Trek et d'un vélo pliable Venilu**, pratique pour un usage multimodal.

Charte *Voyage N'Group*



Gros dossier de cette année: **la charte Voyage N'Group**. Toujours dans la volonté de minimiser nos émissions de CO2, un nouveau code de conduite a vu le jour et est même intégré dans nos procédures de gestion du personnel.

Cette charte concerne non seulement les voyages des collaborateurs N'Group mais aussi **les voyages de nos auditeurs** (gagnants de concours, d'opérations antenne...).

La règle de base? N'Group ne permet pas les voyages en avion et **recommande l'usage du train**. C'est donc un gros changement de mindset!

Quelques exceptions à la règle:

- Si le trajet alternatif en train excède les 9h (aller) ou s'il est impossible de se rendre à destination en train, l'avion est autorisé.
- Face à une opération antenne ou une opportunité commerciale incontournable, l'avion est aussi autorisé.
- L'avion est aussi autorisé si la logistique antenne ou les impératifs d'émission imposent un timing impossible à respecter en train.

Dans ces cas précis, **3 conditions s'imposent**: l'accord préalable du comité de direction, l'imposition d'un nombre limité de voyageurs en avion et une compensation financière à verser au budget RSE.

Le troc du jeudi sur NRJ

Nouvelle habitude de l'émission matinale de NRJ: **le troc du jeudi**. Les animateurs proposent d'échanger un objet ou un service contre un autre objet/service offert par un.e auditeur.trice. Le jeudi suivant, ils proposent à nouveau un troc avec

ce dernier objet ou service proposé et ainsi de suite. De quoi rendre l'économie circulaire funky et pousser les auditeurs à raisonner en matière d'expérience et se détourner du matérialisme.

NRJ River Cleanup 2023



Durant 6 semaines, entre la **Journée mondiale de la Terre** (le 22 avril) et le World Ocean Day (le 8 juin), le monde entier (dont le public d'NRJ) était invité à ramasser pendant 10 minutes des déchets sauvages, à partager ses photos sur les réseaux sociaux et à tagger 3 amis pour les encourager à faire de même.

Objectif mondial: **toucher 10 000 personnes sur 5 continents**, de sorte à nettoyer l'espace public durant 100 000 minutes.

Le saviez-vous? Chaque année, pas moins de 11 millions de tonnes de déchets plastiques se déversent dans nos océans. 80 % de cette pollution atteint nos océans par le biais des rivières et des fleuves. Vous comprenez pourquoi il faut éviter la pollution plastique à la source...

Liège Clean Walker et le World Clean up Day



Les auditeurs ont été invités à se rassembler le 16 septembre à Liège à l'occasion du **World Cleanup Day**, une campagne mondiale de propreté publique dont l'ambition est de rassembler 5% de la population mondiale. Leur challenge? Nettoyer le parc de la Boverie dès 14h en famille et entre amis, avec un matériel fourni sur place.

Dans un même temps, à l'occasion de la **Journée mondiale de la propreté**, le service Propreté de la Ville de Bruxelles a ouvert plusieurs dépôts et stands au public à Bruxelles-Ville, Laeken, Neder-Over-Hembeek et Schaerbeek. Le public a été convié sur nos antennes à se rendre sur place pour découvrir leur mission.

Nettoyer les plages durant l'*Eneco Clean beach cup* avec NRJ



Cette année encore, les équipes de NRJ se sont mobilisées pour **nettoyer les plages**. L'Eneco Clean Beach Cup est la plus grande opération du genre menée simultanément en Belgique et aux

Pays-Bas. Au total, ce sont **26 plages qui ont été passées au peigne fin**. Cette année, plus de 5 tonnes de déchets ont été récoltés.



Marathon de la propreté avec *BeWaPP*

Du 16 au 20 octobre, l'organisation de lutte contre les déchets sauvages Be WaPP organisait son [Marathon de la propreté](#). Soucieuses de faire partie de la solution, les équipes de Nostalgie ont décidé de soutenir cette action. Chaque jour,

à 18h30, [Julien et Ann-Lo](#) ont fait découvrir les différents métiers de la propreté publique aux auditeurs et internautes, et les comportements qui leur éviteront l'amende.



2024
What do
we do now?

2024: *What do we do now?*

“ *La vie, c'est comme une bicyclette. Il faut avancer pour ne pas perdre l'équilibre.*
(Albert Einstein, scientifique)

Nous nous quittons l'année passée en soulignant toute l'importance des partenariats pour continuer d'avancer sur le **chemin du développement durable**.

Cette année, beaucoup ont été confirmés, certains ont été lancés et 2024 ne sera pas en reste. Avancer ensemble dans la même direction,

c'est mettre toutes les chances de notre côté pour réaliser des objectifs qui, individuellement, sont impossibles à atteindre.

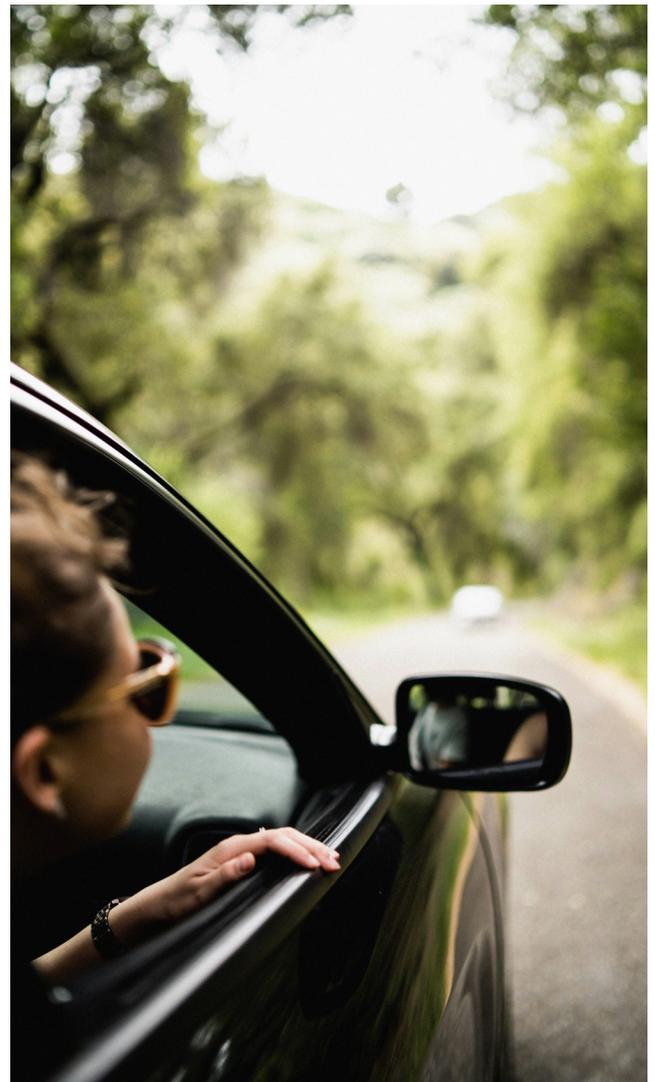
En 2024, nous **continuerons d'activer des leviers**, avec un maximum de parties prenantes internes et externes.

En interne

En route pour *l'éco-conduite*

Durant 2 mois, toutes les voitures de société seront équipées de boîtiers analysant le comportement de leur conductrice ou de leur conducteur. Suite à ces analyses, des conseils leurs seront prodigués pour **adopter une conduite plus écologique**.

Chaque membre du personnel, quel qu'il soit, pourra également suivre une formation **d'éco-conduite, en ligne**. Selon les études, changer ses habitudes au volant permet de réduire sa consommation de carburant et donc aussi les émissions de gaz à effet de serre dues à l'utilisation de la voiture individuelle.





Nomination d'une *Mobility Manager*

Les déplacements du personnel constituent 19% du **bilan carbone** de notre entreprise. C'est un poste sur lequel nous pouvons, concrètement, avoir un impact.

Pour mieux conseiller nos collaborateurs et collaboratrices sur leur manière de se mouvoir, NGroup se dotera d'une Mobility Manager. Cette nomination est le résultat d'une réflexion menée en interne – et sur base volontaire – lors de l'atelier thématique **centré sur la mobilité**.

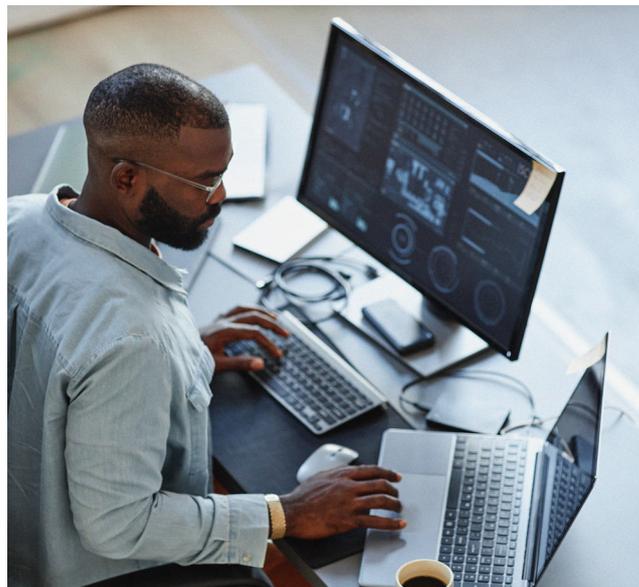
Avec nos développeurs

Charte du *numérique responsable*

NGroup a la volonté de signer la Charte du numérique responsable de l'Institut du Numérique responsable.

Notre objectif est la sensibilisation globale de tous nos collaborateurs ainsi qu'un travail plus ciblé avec le département digital et IT.

En tant que média, nous nous poserons également la question: **comment sensibiliser nos auditeurs à cette thématique ?**



Visibilité de *nos engagements*

Nous nous sommes longtemps interrogés sur la nécessité de parler des actions mises en place par NGroup pour changer le monde, à sa façon. Par modestie, peut-être, mais aussi et sans nul doute, par peur de tomber dans le gouffre du greenwashing, nous y avons répondu par la négative. Mais il n'y a pas d'inspiration sans exemple. Et, bien que nous soyons loin d'être parfaits, nous avons changé notre fusil d'épaule, conseillés par des experts en développement durable. Parmi eux: Vincent Truyens, co-fondateur de Corporate Regeneration. Comment emmener d'autres gens avec nous si nous ne communiquons pas? C'est suite à cette réflexion que nous avons commencé à **rédiger un manifeste et écrit notre premier rapport d'impact.**



Le dezoom de Vincent Truyens



Le moment est venu de rendre cette information plus visible et de pouvoir la trouver plus facilement. Nos développeurs web y travaillent actuellement, sur les sites de nos différentes marques.

**VINCENT TRUYENS,
COMPAGNON DE ROUTE RSE**

Depuis 3 ans, j'ai la grande joie d'être aux côtés des équipes de NGroup afin de les soutenir dans leur volonté d'améliorer leur impact sociétal.

En 2020, je découvre une entreprise avec des valeurs fortes, déjà très engagée et particulièrement bienveillante vis-à-vis de son personnel, ses auditeurs et la communauté (à travers une activité philanthropique bien ancrée).

De nombreuses initiatives avaient été prises en ordre dispersé et ils avaient très peu communiqué à sujet aussi bien en interne qu'en externe. À la suite d'une première phase d'analyse (à travers les référentiels B Corp et ODD), NGroup a, petit à petit pris conscience de son impact existant en termes de durabilité. Derrière cette «timidité» se cachait un énorme potentiel principalement grâce à une combinaison heureuse entre l'implication sincère et indéfectible du management, la richesse et l'altruisme des personnalités en interne et enfin la capacité à toucher un public très vaste.

L'intention véritable et la motivation était bien présentes, il ne suffisait plus qu'à mobiliser ces équipes. Pendant les 18 mois qui ont suivi, nous avons organisé avec Géraldine Deleuse, future Directrice RSE, de multiples ateliers et groupes de travail autour de la contribution actuelle et souhaitée aux 17 ODD. Quelle merveilleuse surprise de constater que près de 80% du personnel y ont participé volontairement!

Cette émulation explique le fait que NGroup est devenue aujourd'hui une entreprise qui nourrit une ambition saine et dont les initiatives sont communiquées et reconnues en interne et en externe.

Je constate que l'entreprise assume désormais sans complexe ses responsabilités et son potentiel d'impact tout en restant authentique. Elle fait aussi preuve de beaucoup de lucidité par rapport à son «imperfection» et de courage quand elle explore les pistes d'amélioration, en ce compris en s'attaquant à son modèle économique et les contradictions que celui-ci fait vivre à chacun au quotidien.

En 2024, les défis de transition «verte et juste» de notre société sont plus importants que jamais! Une approche plus professionnelle et systémique symbolisée notamment par la mise en place du Comité d'Impact et l'implication de plus en plus grande des parties prenantes internes et externes dans les réflexions et prises de décision me rendent très enthousiaste et optimiste quant au fait que NGroup et ses équipes (antenne, journalistes, support technique/administratif/commercial et management) seront «on air» avec des idées innovantes et inspirantes.

Avec «Graine de vie», un projet de reforestation

Sensible au fait de compenser l'impact de ses émissions, NGroup s'est associé à «[Graine de vie](#)», une coopérative de reforestation.

Depuis 2009, cette association a planté plus de **50 millions d'arbres en Afrique**. Elle s'attèle aussi à la restauration et à la protection de zones protégées et des mangroves, véritables puits de carbone. Dans nos cartons: lancer un partenariat global avec Graine de vie. Nous réfléchissons notamment à l'idée de lancer des opérations telles que «un auditeur, un arbre planté», «Compense ta vie» (sachant qu'en moyenne, **il faut 10 000 arbres** pour compenser une vie humaine européenne) ou la création d'une «forêt NRJ».



Avec nos parties prenantes



Nous allons lancer un questionnaire à nos 100 plus grands fournisseurs sur leur maturité en termes de durabilité. **Cette démarche visera à les sensibiliser** et à faire un état des lieux de ce qu'ils mettent en place en matière d'énergie, de consommation d'énergie, d'utilisation de ressources, de bilan carbone...

Parallèlement à cela, nous questionnerons nos différentes parties prenantes sur leur perception de notre cheminement en termes de durabilité (auditeurs, ONG, régies, partenaires médias, etc)

Dans un second temps, une assemblée des parties prenantes sera organisée pour **challenger notre stratégie 2024-2026**.



Avec le Comité d'impact

C'est une vraie richesse de pouvoir compter sur des personnes extérieures à l'entreprise pour **challenger notre démarche RSE**. Une richesse aussi d'y compter des membres du personnel aux profils bien différents pour aider à faire bouger les lignes et faire passer les messages à tous les étages.

Tous les 4 mois, le Comité d'impact se retrouve pour co-construire la stratégie d'impact à long terme et veiller à son opérationnalisation. Il est là aussi pour challenger, **inspirer et connecter!**

Les objectifs de réduction carbone 2024 seront définis avec le Comité d'Impact dès réception du bilan 2023.



Avec un.e artiste engagé.e

La musique étant au cœur de la mission d'NGroup, il va de soi de s'interroger sur l'impact écologique de l'industrie musicale. Alors en 2024, nous lançons ce pari fou: évaluer ce que la sortie d'un single « coûte » à la planète et comment faire pour alléger la note.

Alors... quel.le interprète entendra cet appel? Quelle maison de disque voudra nous aider dans notre démarche? **À vous de jouer!**

Merci.

NOSTALGIE

NRJ
HIT MUSIC ONLY!

Chérie

NOSTALGIE+

NRJ+