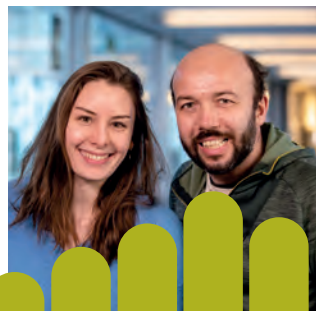


TOUJOURS PLUS PROCHE DE VOUS.



ENSEMBLE, PARCE QUE NOUS PARTAGEONS LA MÊME PASSION

Pour répondre à l'évolution de la société liée aux défis du numérique au XXI^e siècle, la RTBF transforme son organisation et ses processus, fait évoluer ses métiers par l'acquisition de nouvelles compétences tout en s'appuyant sur la richesse de ses talents internes et de leur savoir-faire. Cette évolution est indispensable pour animer les liens entre les générations qui se côtoient au sein de la RTBF mais également pour renforcer ceux qui nous lient à tous les Wallon·ne·s et les Bruxellois·e·s.

Pour nourrir ses liens de proximité, la RTBF souhaite, au travers de nos sites en Wallonie et à Bruxelles, être un partenaire de référence qui stimule l'innovation et participe au développement de l'écosystème économique, social et culturel local.

Le groupe veut être exemplaire en matière de responsabilité sociétale et s'inscrit dans une trajectoire sur le long terme. En support aux nombreuses actions déjà en cours depuis plusieurs années, une stratégie globale avec des indicateurs de mesure a été lancée. À travers elle, nous allons renforcer l'existant, envisager de nouvelles pistes pour diminuer notre empreinte carbone, pour promouvoir un usage raisonné de la technologie et garantir la représentativité des publics.

Nos équipes s'engagent en faveur d'une société plus solidaire et inclusive avec les personnes précarisées ou en situation de handicap, mais aussi avec celles et ceux qui voient leur vie bouleversée par des événements inédits et qui percutent leur quotidien.

(75



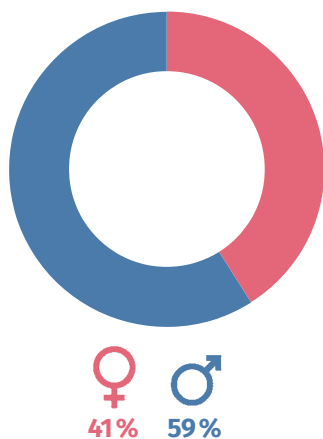


L'expérience de l'apprentissage au centre du dispositif

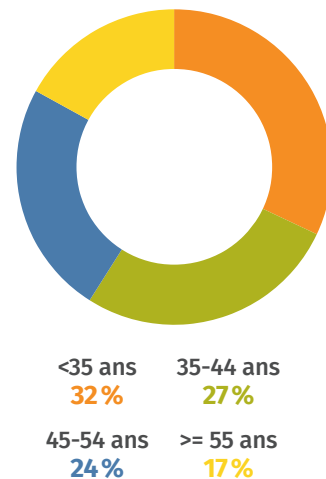
L'équipe RTBF ACA a mené un exercice stratégique pour modifier son offre de formation. L'objectif est clair : mettre « l'expérience de l'apprenant.e » au cœur de l'offre de formations avec de nouveaux formats et méthodes de formations pour développer une culture de l'apprentissage permanent au sein de l'entreprise.

La RTBF Academy est un outil de développement pour tout le personnel RTBF. Elle a pour objectif de renforcer les compétences techniques, éditoriales et managériales.

Répartition des participations
uniques par genre



Répartition des participations
uniques par tranche d'âge



76) 3.106 inscriptions à une formation
1,6 jour de formation my/employé

59% sont des hommes
41% sont des femmes

L'accompagnement dans l'acquisition de compétences digitales

Le renfort des compétences digitales s'est poursuivi par la formation des journalistes et de tous les métiers liés à l'Info. Les différentes rédactions internationales, nationales et

régionales ont été accompagnées dans l'organisation de séminaires éditoriaux destinés à développer de nouveaux projets spécifiquement digitaux, comme *Quelle forme prendra l'actualité régionale, comment réinventer l'info locale sur nos plateformes digitales ?* **1**



1

La transition vers la technologie IP est prise en compte en prévision d'un déménagement vers Media Square et les formations nécessaires sont proposées telles que « IP, les fondamentaux » ou « préparer votre passage à la production TV IP en direct ».

Pour faire vivre la charte liée à la déconnexion, 2 formations sont mises en place en réponse à des problématiques spécifiques. Un programme de sensibilisation à la déconnexion a été organisé pour les équipes Info/Sports, avec des ambassadeur·rice·s reconnu·e·s pour promouvoir les bonnes pratiques.

Sécurité des équipes et contexte de guerre

Le contexte de guerre en Ukraine, comme le contexte parfois tendu lors de la couverture de certaines manifestations, a intensifié les formations **2** liées à la sécurité des équipes sur le terrain. (voir p. 63)

6

sessions HEST
(Hostile Environment
Safety training)
Journalistes et
camera·wo·man

Le Feedback

La RTBF a lancé un programme de feedback 360 auprès des membres des différents comités de direction afin de les accompagner dans la construction d'un plan de développement individuel et de développer la culture du feedback dans l'organisation.



Comprendre, prévenir et accompagner le burn-out

Un programme de sensibilisation au burn-out est lancé pour permettre aux managers de comprendre, prévenir et accompagner le burn-out tant

pour eux-mêmes que pour les membres de leurs équipes. La suite du programme prévoit des ateliers de mise en réflexion commune sur les facteurs de risques organisationnels et de dégager des pistes d'actions concrètes et adaptées à la réalité du terrain.



La communication interne BeRTBF a continué à animer les liens entre et intra équipes.

Un livre, le PCR Pandémie, Confinement et RTBF

La situation sanitaire et les confinements successifs ont stimulé notre capacité de

résilience et d'agilité : reportages dans des lieux à risque, le télétravail forcé, la production d'émissions à distance, la solidarité inventive... Pour marquer le coup BeRTBF a produit un livre « PCR » **3** qui

retrace ces deux années inédites, à travers des témoignages et des photos.





4

La stratégie RTBF27 en mode Salon Expériences

Les 25, 26 et 27 avril, Be RTBF a organisé un espace de rencontres et d'informations **4** pour expliquer la nouvelle stratégie RTBF27 et les projets qui en découlent. Par le biais d'expériences immersives et de conférences, les participant-e-s ont pu plonger dans la RTBF de demain.

3^e saison de Café ou thé

Un moment informel entre l'Administrateur général et les collaborateurs-ric-e-s **5** pour échanger sans tabous sur la vie de l'entreprise, les défis du secteur ... mais aussi partager leurs idées ou solutions et poser leurs questions dans un esprit positif et collectif.

4

sessions
± 120 personnes

CMO, un Change Management Office

Une équipe a été constituée avec des responsables du Change dédié-e-s aux différents gros projets stratégiques. Leur rôle est d'accompagner les équipes dans la compréhension de l'objectif poursuivi, de sa raison d'être et sa valeur ajoutée pour elles et l'organisation ainsi que les étapes de sa mise en œuvre.

Formations en conduite du changement

En collaboration avec le CMO, la RTBF Academy propose des formations et des coachings en conduite du changement. Outre les programmes pour les managers déjà en place, un nouveau programme de formation existe pour sensibiliser les chef-fe-s de projets à la conduite du changement, qui s'intègre à la gestion de projet.

5



DES SITES ANCRÉS DANS LA VIE LOCALE

Chaque site du groupe RTBF a pour ambition d'être un moteur de développement des métiers liés au secteur des médias, d'être un partenaire de référence de la vie locale et générateur de bénéfice au niveau économique, culturel et social.

Charleroi, une émulation positive sans cesse renouvelée



**Média
Sambre**

En mars, un *Hackanews* **6 7** dédié aux nouvelles écritures journalistiques a rassemblé le temps d'un week-end 80 jeunes autour d'expert.e-s de la direction Info/Sports. Certains ont pu prolonger cette expérience en intégrant les équipes de l'Info. Un partenariat avec la Haute Ecole Condorcet a été signé et sera mis en place en 2023.

Deux projets médias en préincubation portés par des jeunes carolos sont hébergés au sein de l'espace Media Sambre Faktory.

Par le biais d'activités sur site comme *Présente ta météo* **8** et *Présente les Niouzz*, le public, toutes générations confondues, a pu découvrir ce qu'est la production de contenus et nouer un lien de proximité avec son média public.

NAMUR dessine son futur

Le rapprochement avec la Haute École Albert Jacquard (HEAJ) a été initié pour constituer une communauté de pratiques



centrée sur l'apprentissage dans un contexte digital et de e-learning. Les partenaires (RTBF, Dreamwall, HEAJ, Boukè Media) ont défini la vision et les objectifs stratégiques du futur « Pôle Media Namur » et initié les premières activités concrètes de cette ambition commune. À l'occasion des Fêtes de Wallonie, des équipes mixtes RTBF/ Boukè Media/étudiants HEAJ se sont formées pour coproduire des contenus répondant aux exigences des formats digitaux et aux nouveaux modes de collaboration.

(79



LIÈGE

Des tournages et des formations aux enjeux du futur



Média Rives

C'est sur notre site liégeois que se trouve le plus grand studio de la FWB où sont tournés les incontournables *The Voice Belgique*, la soirée *CAP48*, ou encore la nouvelle émission *Drag Race* diffusée en février 2023 sur Tipik.

Parmi les collaborations avec les acteur·rice·s locaux·ales, il faut noter les keynotes à la Grand Poste. Organisées par le MiIL, la RTBF Academy et l'ULiège, ces événements ont permis de faire découvrir les univers du Deepfake, du Metaverse ou encore de l'IA au service des médias, présentés aujourd'hui comme les futurs mondes virtuels. ⁹

Le partenariat Startup Vie/ Technifutur, formation Youtuber Entreprises et la RTBF proposent

aux demandeurs d'emploi 2 master classes (réseaux sociaux et datas) avec la possibilité de stage dans l'équipe digitale du divertissement, celle des *Niouzz* et des *Ambassadeurs*.

RHISNES

Le site fait peau neuve



Média Move

La rénovation a visé deux objectifs : renforcer la visibilité extérieure du site et la lisibilité des espaces intérieurs ¹⁰, et améliorer l'outil et le confort au sein-même du site.

- > Une nouvelle approche du rangement pour accroître l'efficacité dans la gestion du matériel stocké,
- > L'identification des locaux selon leur fonction en distinguant les ateliers des bureaux.

À cela s'ajoutent un nouvel espace Cafétéria et de nouveaux points de rencontre et espaces conviviaux.

MONS

Le public et les partenaires sont les bienvenus



Média Ouest

Le 4 juin, ils étaient plus de 500 à venir découvrir les studios de Classic21 et de Vivacité. Au menu, des expériences immersives, la possibilité de tester le matériel et la rencontre avec des animateurs et animatrices, et les équipes qui rendent la magie quotidienne possible. ^{11 12}

Une façon de nourrir les liens avec le public, tout comme l'accueil régulier de citoyens et citoyennes en studio pour commenter l'actualité avec l'équipe de *C'est pas fini* ou l'opération *Allo Impôts* et son call center pour répondre aux questions relatives à la déclaration fiscale.

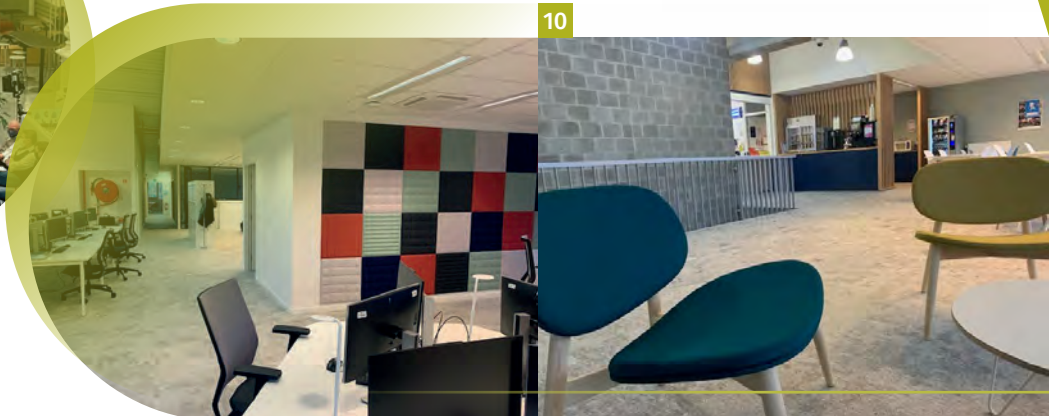
Depuis novembre, une convention de partenariat a officialisé la collaboration entre la rédaction de Mons et celle de France 3 Hauts-de-France ¹³. Un fait inédit entre deux services publics européens

80)

9



10





11

BRUXELLES Média Square, la RTBF du futur



Média
Square

Chaque jour qui passe, les murs du futur Média Square s'élèvent un peu plus haut vers le ciel ! Un bâtiment lumineux et basse énergie qui symbolise l'ouverture, l'accessibilité et la transparence pour favoriser les interactions à l'intérieur mais également avec l'extérieur.

Les technologies, l'implantation et l'aménagement des espaces, la typologie des studios, sont des enjeux cruciaux qu'il faut piloter dès aujourd'hui pour s'assurer d'être prêts.

L'enquête sur la macro-implantation a livré ses résultats en janvier, l'étape suivante relative à la micro-implantation a donc été initiée. Un travail de longue haleine qui est piloté par l'équipe ETVE pour Environnement de Travail et Vie dans l'Entreprise, qui n'a pas hésité à participer à une vidéo pleine d'humour pour diffuser les résultats.



réponses

Pour équiper les bâtiments avec des technologies performantes, une équipe d'experts regroupés dans l'équipe ETMC pour Environnements Technologiques Média Contenu conçoit le futur centre névralgique de Média Square, pour la distribution, la diffusion de contenus médias. Depuis novembre, pour suivre ce qui se passe dans le chantier et pouvoir se projeter dans les espaces, une visite virtuelle a été réalisée avec l'insertion d'images réelles prises sur le chantier en 360°.



12

sur un territoire transfrontalier de 300 km, dont l'objectif est d'enrichir l'information par la complémentarité de deux visions sur un même sujet.



13

FAVORISER LA SYNERGIE ENTRE LES ACTEUR·RICE·S DE L'INNOVATION

Le département Recherche & Développement Contenus a pour mission de suivre et documenter l'évolution en matière de création de formats, tant en externe qu'en interne.



L'objectif est de stimuler la créativité et les talents internes où ils se trouvent. La thématique de cette 4^e édition était « le vivre ensemble ». Les deux projets sélectionnés vont pouvoir bénéficier de la réalisation d'une émission pilote.

L'accélérateur d'idées

En partenariat avec France Télévisions et Radio-France, ce programme dédié à la créativité, l'innovation interne et l'intrapreneuriat a reçu le soutien des Médias Francophones Publics (MFP). Du 6 au 13 février, chacun·e a pu voter pour le(s) projet(s) de son choix via une plateforme commune aux partenaires. Cette année le thème a mis le focus sur les contenus générés par nos publics.

En mars, une session de travail de cinq jours à la Grand Poste de Liège ¹⁴ a été organisée avec les porteurs de projets des médias partenaires.

Des nichoirs connectés et équipés ¹⁵

En collaboration avec la startup wallonne Cheap T'chip, une centaine de prototypes de nichoirs connectés équipés de caméras a été mise en production et distribuée à la communauté des publics contributeurs de « Notre jardin extraordinaire ». Grâce à ces passionnés de la nature proche de chez eux, il a été permis de suivre au plus près la nidification des oiseaux de nos régions, par le biais des images reçues via ce parc de nichoirs connectés.

Hub Innovation

Composé de membres des différents pôles RTBF, ce Hub prend part à un réseau externe d'acteur·rice·s nationaux·ales et internationaux·ales de l'innovation média, du développement économique, publics ou privés... Il soutient l'émergence de projets innovants via le « Sandbox RTBF » lui-même connecté au réseau international de Sandboxes : le « Future Media Hubs » copiloté par la RTBF et la VRT.

La RTBF a été motrice d'une Initiative d'Innovation Stratégique

(IIS) retenue par la Région Wallonne dans la cadre de sa stratégie S3 : HITT (Human Interaction Technology Transfer), co-rédigée avec l'UCL, l'UMons et Digital Station.

14



14 projets déposés RTBF
5 projets sélectionnés
2 gagnants

NOS ENGAGEMENTS EN MATIÈRE DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE

En tant que diffuseur de contenus audiovisuels, nous avons un rôle à jouer pour réduire l'empreinte écologique, économique et sociale des technologies, de nos bâtiments et des usages qui en sont faits. Les enjeux de diversité et d'inclusion, une meilleure représentativité de tous les publics, dans toutes ses composantes au sein de nos équipes et de nos contenus, font aussi partie de nos engagements.

Éco-responsabilité

Le diagnostic environnemental de la RTBF a été réalisé en prenant pour référence 2019. L'objectif est de disposer d'un seuil de départ et d'évaluer la mise en œuvre des actions No Carbon.

Une charte responsabilité environnementale RTBF ¹⁶ a été validée et repose sur quatre axes de travail : la diminution de l'empreinte carbone, la sensibilisation du public, l'interaction avec notre écosystème d'entreprise et la production durable de contenus.



16

Assemblée Team No Carbon ¹⁷

Pour mettre en œuvre les objectifs de cette charte, une assemblée de collaborateur·rice·s, volontaires et tiré·e·s au sort, représentative de l'ensemble des membres de la RTBF a été formée, pour proposer des mesures concrètes pour diminuer l'impact environnemental de la RTBF. Elles seront soumises en 2023 à la direction qui en choisira au moins dix à mettre en application.

Cycle de conférence Ensemble pour la planète !

Des rencontres pilotées par la Cellule Impact et la RTBF Academy sont proposées pour partager nos connaissances, discuter et apprendre avec des experts du changement climatique comme *Homo Sapiens CO² : les liaisons dangereuses* par Les Shifters Belgium ; *L'empreinte carbone : mieux comprendre et agir* par Thomas Wansart, *Comment mieux consommer la mode* par Laurie Pazienza.

(83

4 ateliers
20 mesures
84 personnes



17

1

scooter
électrique

50

bornes
électriques

La mobilité évolue

La couverture de l'émission *Au cœur des 20km de Bruxelles* a entièrement été réalisée à vélo avec une caméra accrochée à l'arrière et un journaliste avec caméra et micro embarqués sans oublier le troisième cadreur filmant à l'arrière avec caméra embarquée.



Des ateliers vélo ont été organisés pour que celles et ceux qui le souhaitent puissent faire réparer leur vélo personnel gratuitement pendant la période printemps-été.

Le numérique responsable

Le 23 novembre, la RTBF a signé la Charte de l'Institut Belge du Numérique Responsable. Une formation sur ce thème a été dispensée à 8 personnes. Un partenariat avec la société Out-Of-Use pour le reconditionnement et le recyclage de l'ensemble de notre matériel électronique hors d'usage a été initié.

La diversité, l'égalité et l'inclusion

Un plan en 6 dimensions

Ces enjeux sont inscrits dans notre contrat de gestion depuis 2013 et forment un des jalons clés de la stratégie 2027.

1. Promouvoir le recrutement et la mobilité interne des femmes à des postes où elles demeurent minoritaires ;
2. Accroître le recrutement des jeunes et améliorer l'équilibre intergénérationnel ;
3. Encourager l'embauche de personnes porteuses d'un handicap ;
4. Développer le tableau de bord DE&I ;
5. Promouvoir l'écriture inclusive ;
6. Former à la non-discrimination et à l'inclusion.

Une équipe composée de relais dans chaque direction, la responsable Diversité RH, la Cheffe Diversité RTBF et la Directrice Générale du Pôle Technos en tant que sponsor forment le Comité de Pilotage.

19

17 octobre 2022
9h-17h

Un séminaire organisé à la Cité Miroir (Liège)

Gratuit
Programme et inscription sur : media-animation.be ou federation-prisme.be

LGBTPHOBIES, MÉDIAS ET SOCIÉTÉ

La diversité et l'égalité au cœur de nos pratiques éditoriales

FORMER ET EVALUER : Différents ateliers ont permis à une centaine de membres du personnel de traiter des questions de représentation des personnes afro-descendantes dans les contenus, des biais inconscients, des stéréotypes de genre ou du traitement médiatique des violences faites aux femmes. Ces ateliers accompagnent nos différents baromètres TV, radio, digital, ou ceux relevant directement des émissions elles-mêmes pour améliorer la culture d'entreprise inclusive. L'objectif est simple : former et sensibiliser pour favoriser la non-discrimination et l'inclusion.

FOCUS LGBTIA+ 19 : La RTBF a participé à la rédaction de la brochure sur le traitement médiatique des personnes LGBTQIA+ en collaboration avec la Fédération Prisme Wallonie et Média Animation. Cette ressource vient combler un vide et a été saluée par l'AJP. Elle est disponible gratuitement pour tous les médias de la FWB. Des événements de sensibilisation accompagneront sa parution en 2023.

MEDIA COACHING 18 :

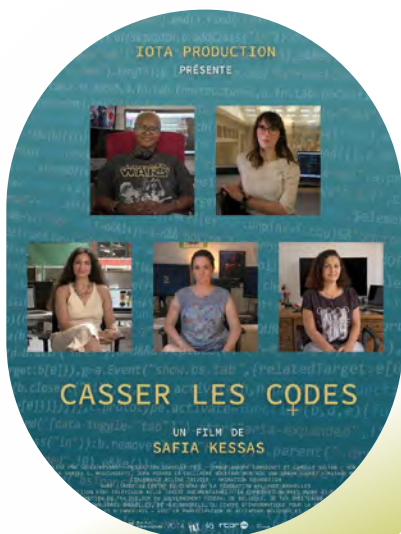
Ces formations des expertes ont pour but de changer les rôles modèles présentés sur nos ondes et d'encourager les vocations. Organisées gracieusement par la RTBF en partenariat avec Woman in Finance et Unia; les participantes ont reçu une formation théorique sur les attentes des médias, prise de paroles devant la caméra, et un volet réseaux sociaux.



18

3 sessions
30 expertes

ÉGALITE DANS LES STEM : La RTBF a fait de cet enjeu, un axe fort de sa politique Diversité. Dans la continuité du documentaire *Casser les Codes* 20. L'UER a lancé un projet d'une coproduction sur cette thématique avec l'Italie, l'Allemagne, la Lituanie, l'Autriche, le Royaume-Uni et la Belgique pour raconter les parcours de femmes emblématiques du secteur des technologies.



20

LES GRENADES : Ce média traite de l'actualité dans un prisme de genre. Féminicides, réformes structurelles, actualités internationales et violences sexistes, sont les sujets les plus lus parmi les nombreux sujets couverts cette année. 20 21

Pour leur second prix littéraire, en collaboration avec la SCAM et la thématique culture de la RTBF, le roman graphique est à l'honneur. Le jury a attribué le prix littéraire Grenades à Tiffanie Vande Ghinste pour l'album *Déracinée* 22: *Soledad et sa famille d'accueil*, paru aux éditions La boîte à bulles en 2021.

LES GRENADES
"Drogue-moi à la tendresse", les slogans du festival Les Ardentes passent mal pour certains collectifs liégeois



20

Les féministes victimes de Zoombombing : une technique pour les faire taire



21



22

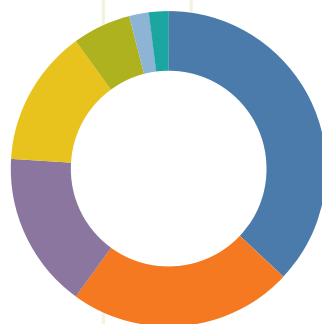
CULTIVER UN LIEN DE CONFIANCE

Le service de médiation et de relation avec les publics de la RTBF a enregistré **9.998** contacts et **3.030** d'entre eux ont fait l'objet d'un travail de médiation.

L'assistance technique est le premier motif de contact des publics, et est liée au lancement en janvier du nouveau site www.rtbef.be et d'Auvio 3.0 ... ensuite vient l'information. Les plaintes (c'est-à-dire les insatisfactions marquées et argumentées) s'élèvent à 6% contre 2% de remerciements et 2% de félicitations.

86)

Répartition des contacts par type (2022)



- Questions techniques (3674)
- Réactions sur l'information (2336)
- Réactions sur les contenus hors information (1553)
- Questions générales (1390)
- Plaintes & interpellations (628)
- Merci (242)
- Insultes (175)

Le projet Contact

Ce projet a été mis en place pour structurer la prise de contact, la prise en charge et le suivi des contacts des publics via un maximum de canaux mais également pour améliorer la circulation du feedback au sein des différents départements de l'entreprise.

Le projet contact repose sur une structure en trois lignes :

1. Répondre au maximum de demandes via une interface de contacts claire, des FAQs et un chatbot qui guideront l'utilisateur dans sa recherche.
2. Gestion humaine via un outil de gestion transversal à toute l'entreprise.
En 2022, un marché public a permis de désigner l'outil Zendesk pour assurer la mise en œuvre technique de la première et la deuxième ligne du projet.
3. La gestion des plaintes.

GESTION DE PLAINTE

ASSIGNATION
(outil de gestion transversal)

RÉSOLUTION DIRECTE
OU AUTOMATISÉE

Plainte formelle
3^e ligne

20% des contacts
2^e ligne

80% des contacts
1^e ligne

Gestion des **datas** et circulation du **feedback**

Inside

Inside : Emission du 23 juin 2022

42 min | Publié le 23/06/22 | Disponible jusqu'au 23/06/2023

Lecture
Tous les épisodes
Ajouter à mon Auvvio
Partager

Pour cette dernière émission de la saison, Inside a décroché une exclusivité qui va ravir les fans de séries! Jessica vous emmène dans les coulisses du tournage de la 3ème saison de la série belge Ennemi public. Les fans de foot ne sont pas en reste puisque nous reviendrons sur l'évolution de ce sport en télé avec la journaliste Christine Schröder. Et enfin, 3 journalistes vous livrent toutes les spécificités pour réaliser de bons journaux parlés régionaux.

21

La RTBF qui parle de la RTBF à tous ses publics

Le travail de la médiation est lié à la démarche INSIDE **21 22**, démarche transversale de la RTBF qui implique la rédaction info, la thématique Service aux publics et le service de Médiation. Elle débouche sur la production de contenus de médiation (en réponse aux réactions des publics) et d'éducation aux médias.

Toutes les activités INSIDE sont des dispositifs de médiation et d'éducation aux médias visant la compréhension du fonctionnement des médias. Elles laissent une grande place à la pratique et aux échanges. C'est dans cette optique qu'ont été mis en place le studio Lab et le réseau des INSIDERS.

mais également à l'entreprise de manière générale. D'autres réactions liées au traitement de la guerre en Ukraine, de la ligne éditoriale du JT, de la place accordée aux élections françaises, et celle dédiée aux sports féminins ou encore des témoignages liés au stress et à la fatigue informationnelle, ont rythmé l'année et ont été relayés dans les contenus INSIDE de la médiation.



22

TIPIK
10
émissions de 40 minutes

30
articles INSIDE INFO

7.615
visiteurs à Reyers, MediaRives et la filiale DreamWall/KeyWall

VIVACITÉ
38
chroniques

f 50
capsules et séquences

Les sujets qui font le plus réagir sont :

Les questions climatiques sont en tête cette année et touchent tous les contenus, l'info comme le divertissement ou la publicité. La diffusion et la couverture de la Coupe du Monde de football au Qatar a suscité des réactions adressées à la rédaction sportive

(87)

DES CONTENUS DE PLUS EN PLUS ACCESSIBLES

Une offre sans cesse renforcée

Depuis le 1^{er} janvier 2021, le nouveau règlement d'accessibilité est entré dans une phase d'objectifs de résultats en matière de diffusion de sous-titrage adapté et d'audiodescription.

La Une et Tipik obtiennent une moyenne annuelle de 76% de programmes accessibles (versus taux minimal de 71%). La Trois atteint 28,57% au-delà également du taux minimal de 26,52%

Les contenus nouvellement mis en ligne sur Auvio ont été accompagnés, pour 47,17% d'entre eux, de sous-titres adaptés.

Désormais, tous les prime time des chaînes comme La Une et Tipik sont accompagnés de sous-titres ²³ ²⁴, y compris les week-ends.



13.181

heures de programmes pour SME

6.058

heures de programmes avec ST sur Auvio



5315 5724 2141 6058

Nombre de programmes accessibles (ST SME)

870

heures LDS

Sur la Trois, de plus en plus de programmes pour enfants comme les dessins animés en journée durant les vacances scolaires se sont vus désormais accompagnés de SME.

Le sport ²⁵ n'est pas resté en reste, des tournois tels que les JO de Pékin, Roland Garros ou les championnats européens de Munich ont été intégralement sous-titrés en direct en 2022.

Une version du JT de 19h30 est produite en langue des signes belge francophone, en direct dans un studio dédié à Reyers et diffusée simultanément sur Auvio.

Cette même version est proposée également en léger différé sur La Trois à 20h00.



Les Niouzz est également proposé chaque jour en langue des signes en direct sur Auvio et rediffusé sur La Trois.

Les équipes RTBF et Dreamwall ont entamé la dernière étape de la phase transitoire du règlement accessibilité pour l'audiodescription. Cela se traduit par une augmentation de 38% de l'offre aux personnes déficientes visuelles en comparaison à 2021.

1.179 + **38%**
heures en AD
vs 2021

la une TIPiK la trois
723
films, séries,
dessins animés...
en AD

de présenter notre offre d'AD, de décrire les possibilités de l'activer suivant les différents opérateurs et d'entendre les personnes souffrant de déficience visuelle. Cette première a permis de riches échanges entre les différentes parties et cela a notamment mis en évidence les difficultés actuelles que les consommateurs rencontreraient afin d'activer ce type d'accessibilité sur leurs appareils (TV, Ordinateurs, etc.).

L'expérience de l'Euro a été renouvelée en proposant l'audiodescription de toutes les rencontres des Diables Rouges du Mondial de football au Qatar ²⁷ en direct sur La Une et sur Auvio avec la fondation ASA qui a mis à notre disposition des audiodescripteurs qualifiés pour ce type d'événement.



(89

Grande soirée Cap 48 en langue des signes

Le 16 octobre, pour la première fois, la Grande Soirée Cap48 a été diffusée en direct sur La Une en langue des signes belge francophone, une personne déficiente sensorielle auditive a également participé à cette accessibilité en signant tous les moments musicaux.

La RTBF, moteur des collaborations avec les associations

Un atelier ²⁶ réunissant des personnes souffrant d'une déficience visuelle, des représentants du CSA et des opérateurs de distribution a été organisé par la RTBF. L'objectif était



UN ENGAGEMENT
POUR LA SOLIDARITÉ



28

CAP48, une émotion intacte ²⁸

Depuis plus de 65 ans, CAP48 et la RTBF portent haut et fort la question de l'inclusion des personnes en situation de handicap dans notre société. Après le racisme, le handicap représente la deuxième forme de discrimination dans notre pays et touche 15 % de la population. Le 16 octobre, La Grande Soirée est venue clôturer la mobilisation citoyenne de toute une année. La soirée a débuté avec une chorégraphie inclusive portée par Anaïs et Florent, deux personnalités porteuses d'un handicap.

+ 60.000€
de dons récoltés

18
streamers

Cap48heures

IXPé a piloté un événement de 48 heures de streaming ininterrompu au profit des jeunes en difficulté qui vivent des situations familiales et sociales difficiles. Lancé sur la chaîne Twitch d'IXPé le vendredi 14 octobre, à 20 heures, il s'est conclu le dimanche 16 octobre à 23 heures !

29



7.741.568€

heures en AD

+ 10.000

bénévoles Post-it
CAP48

Les Baroudeurs : un défi inédit

Sébastien Nolleaux et Raphaël Scaïni se sont lancé un défi aventureux à l'occasion de leurs 48 ans ! Dropped en pleine campagne, nos deux baroudeurs avaient pour objectif de rejoindre en moins de 48 heures la Grande Soirée CAP48 avec un sac à dos, une carte et une boussole, mais sans smartphone, ni argent. Les dons récoltés via un parrainage en ligne sont destinés à permettre à deux handisportifs de haut niveau, Maxime Hordies

et Jean-François Deberg ²⁹

d'avoir les plus grandes chances d'atteindre leurs ambitions aux Jeux Paralympiques de Paris en 2024.

75.561€

+ 130
km

de dons récoltés

10 ans de solidarité, 10 ans d'actions Viva for Life ³⁰

Chaque année, la semaine de solidarité Viva for Life revient pour rappeler que la pauvreté ne cesse de prendre de l'ampleur et mettre en péril le développement, la santé et le bien-être de 80.000 enfants en Fédération Wallonie-Bruxelles. Pour cette 10^e édition, Viva for Life a poursuivi son tour de la Fédération Wallonie-Bruxelles, en direction de la province du Luxembourg car c'est sur la place des 3 Fers de Bertrix que le nouveau cube de verre s'est installé. Fanny Jandrain a sillonné la Wallonie à bord de son mobilhome, pour aller à la rencontre de celles et ceux qui organisent des événements pour récolter des fonds. Les anciens animateurs Cyril, Raphaël et Adrien sont venus porter main forte au trio enfermé dans le cube. Par rapport à 2021, l'offre aux personnes déficientes visuelles a augmenté de 38%.

8.034.120€

de dons récoltés

178

projets soutenus

450

défis bénévoles

144

heures de direct



30

300 professionnels réunis autour des enjeux de la précarité infantile

Le 16 novembre 2022 avait lieu, à la Sucrierie à Wavre, un colloque initié par cinq partenaires de longue date dans la lutte contre la précarité infantile, tous préoccupés par la gravité de la situation. L'Office de la naissance et de l'enfance, l'Administration générale de l'aide à la jeunesse, le Délégué général aux droits de l'enfant, la Fondation Roi Baudouin et Viva for Life-CAP48 ont rassemblé près de 300 personnes, provenant majoritairement

d'associations travaillant avec de jeunes enfants et des familles en situation de pauvreté. Cet événement leur a permis de partager leurs pratiques et de réfléchir aux enjeux et pistes de solutions communes face à cette situation alarmante. Sa Majesté la Reine Mathilde ³¹ a accepté d'être présente pour réinsister, au travers de son intervention en ouverture de l'événement, sur la nécessité de prendre davantage de mesures pour lutter contre la pauvreté des enfants notamment en matière de prévention.

(91



31