

RAPPORT ANNUEL

rtbf.be

2024



Regard belge
écréatif
éférent
évéler des talents
éconforter



À PROPOS DE CE RAPPORT

Dans un monde bousculé par les évolutions technologiques et les attaques envers notre modèle démocratique européen, le mandat universel du média public prend tout son sens.

Notre engagement quotidien se manifeste par notre connexion à chacun et chacune d'entre vous partout en Wallonie et à Bruxelles. Pour cela, notre offre de contenus se veut originale, diversifiée, audacieuse et se décline en de nombreux formats, linéaires et non linéaires.

En plus d'une information indépendante et certifiée, nos journalistes décryptent l'actualité et proposent des analyses et des outils pour vous aider à distinguer le vrai du faux.

La proximité et la connivence guident notre engagement quotidien. Les rencontres sur nos sites, notre implication dans des projets innovants et dans la formation des générations futures ainsi que nos nombreux partenariats expriment notre ancrage local.

La RTBF est un partenaire historique du monde culturel, et également du secteur audiovisuel local à travers ses nombreuses coproductions et appels à projets.

Nous avons entamé un trajet d'exemplarité en matière de responsabilité sociétale en faveur d'une société plus inclusive et solidaire tout en réduisant notre impact sur l'environnement.

Celles et ceux qui ont contribué à ce rapport n'ont qu'un seul souhait : vous permettre de mieux comprendre le sens et le fonctionnement de votre média public.

Bonne lecture,

Axelle Pollet

Réputation et relations avec les parties prenantes

SOMMAIRE

La parole à	4
La RTBF en un coup d'oeil	6
UN MODÈLE TOURNÉ VERS LES PUBLICS	8
Pôle Médias	10
Pôle Contenus	16
Pôle Technologies	20
NOS MISSIONS	22
Une information 360°	23
Zoom élections du 9 juin et du 13 octobre	29
Du plaisir et de la connivence	36
Zoom Jeux olympiques et paralympiques de Paris	42
Fête à la musique, au cinéma, aux livres et aux arts vivants en FWB	44
NOS PARTENARIATS	48
LES AUDIENCES	54
LES PRIX	57
CRÉATEUR DE LIENS SOCIAUX POUR TOUTES ET TOUS	62
Liens internes	64
Innovation	66
Nos sites	70
Entre nous	76

LA PAROLE À



Chaque année, notre secteur évolue et l'actualité s'accélère, parfois de manière menaçante.

Dans un monde de plus en plus polarisé, le média public demeure essentiel pour briser les bulles qui nous enferment.

En tant qu'acteur public majeur, la RTBF anime la vie sociale et culturelle, et se veut levier économique pour le tissu local.

Ce rapport témoigne de l'engagement quotidien, du professionnalisme ainsi que de la force créative et constamment renouvelée de nos équipes.

Connectée avec l'ensemble des publics wallons et bruxellois, par son rôle de créateur, producteur et diffuseur local, la RTBF a pour ambition de rester un média de référence au XXI^e siècle dans le tourbillon du monde global.

Jean-Paul PHILIPPOT
Administrateur général

Face aux changements majeurs qui ébranlent tant nos démocraties que notre paysage audiovisuel, culturel et journalistique, nous avons plus que jamais besoin d'un média de service public fort et soutenu.

- *Un média de service public au service d'une information de qualité objective, indépendante et vérifiée.*
- *Un média de service public qui développe avec innovation, créativité et professionnalisme ses missions de service public en matière de culture et d'éducation.*
- *Un média de service public qui à la fois divertit, fédère, crée du lien, de la solidarité et du sens et constitue un pilier légitime de référence transversale face notamment à la désinformation, à certaines dérives des réseaux sociaux et au poids des grandes plateformes.*

Ce rapport démontre les multiples facettes et apports précieux des équipes compétentes d'une RTBF dont nous pouvons objectivement être fiers.

Joëlle MILQUET
Présidente du
Conseil d'administration



Les treize membres du conseil d'administration ont été élus par le Parlement de la Fédération Wallonie-Bruxelles le 11 décembre.

Pour le MR : Nadia GEERTS, Corentin DE SALLE, Axel MILLER, Mathieu RAEDTS, Juliette MARISCAL.

Pour Les Engagés : Joëlle MILQUET, Véronique SALVI, Laurent HUBLET.

Pour le PS : Rim BEN ACHOUR, Gaëtan SERVAIS, Jérémie DEMEYER.

Pour le PTB : Michaël VERBAUWHEDE.

Pour ECOLO : Baptiste ERKES.

La présidente et la vice-présidente avec deux autres administrateur-rices, en l'occurrence Rim

Ben Achour et Corentin De Salle, forment le comité permanent, qui est notamment chargé d'instruire les dossiers à présenter au CA et d'assurer les missions déléguées par ce dernier.

Aux 13 membres du CA s'ajoutent 2 commissaires du Gouvernement : Marc Focroulle et Christopher Maes. Ils sont chargés de veiller au respect de l'intérêt général, des lois, décrets, ordonnances et arrêtés, de la mission de service public, du contrat de gestion et de l'équilibre financier de l'entreprise.

La présidente et son Conseil d'administration auront la charge d'accomplir tous les actes stratégiques et budgétaires nécessaires ou utiles à l'entreprise.



LA RTBF EN UN COUP D'ŒIL

LA RTBF EST UNE ENTREPRISE PUBLIQUE AUTONOME À CARACTÈRE CULTUREL (décret du 14 juillet 1997)

RESSOURCES HUMAINES



- > **+ de 400 métiers** regroupés en plusieurs catégories
- > Formation et développement des **compétences**
- > Politique de **Diversité & Egalité**
- > **Cap Mieux-être** au travail

CAPITAL INTELLECTUEL



- > **Savoir-faire** éditorial et journalistique
- > **Créateur de contenus**
- > **Producteur, coproducteur et expert** en acquisition
- > Partenaire de l'**écosystème local**

FORCE ET OUTIL DE PRODUCTION



- > **Le plus grand studio** européen à Média Rives, Liège : 1.200 m²
- > Organisation basée sur la **polycompétence**
- > Communauté de **pratiques et d'expériences**
- > Opérateur du **DAB+** et **TNT** en FWB
- >  **11h. de production interne**
- >  **>20h. de production interne**

CAPITAL SOCIÉTAL



- > Missions de **service public**
- > **6^e contrat de gestion** (2023-27), 59 indicateurs
- > **Confiance et fidélité** du public (mesurée et évaluée)
- > Démarche **RSE**
- > Acteur de la **solidarité**
- > **6 sites locaux**



CAPITAL ÉCONOMIQUE



- > **80% dotation publique** de la Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB)
- > **20% revenus publicitaires** et autres

NOS PARTIES PRENANTES



- > Le **public**
- > Les **pouvoirs publics**
- > Le **tissu économique**
- > Les secteurs **culturels** et de l'**éducation**
- > La **société civile**
- > Les **membres du personnel**
- > Les **organisations syndicales**

Impact économique brut : **> 940 MEUR**

Contribution directe au secteur de la production audiovisuelle : **59 MEUR**

Contribution directe en droits d'auteurs : **19 MEUR**



ÊTRE LE MÉDIA PUBLIC DE TOUTES ET TOUS

Aller à la rencontre de tous les publics passe par un mandat de lien et de cohésion. Un mandat essentiel qui participe au modèle démocratique.

Le modèle d'entreprise a pour ambition de porter largement les valeurs et les contenus de média de service public au sein d'une société de plus en plus numérique.

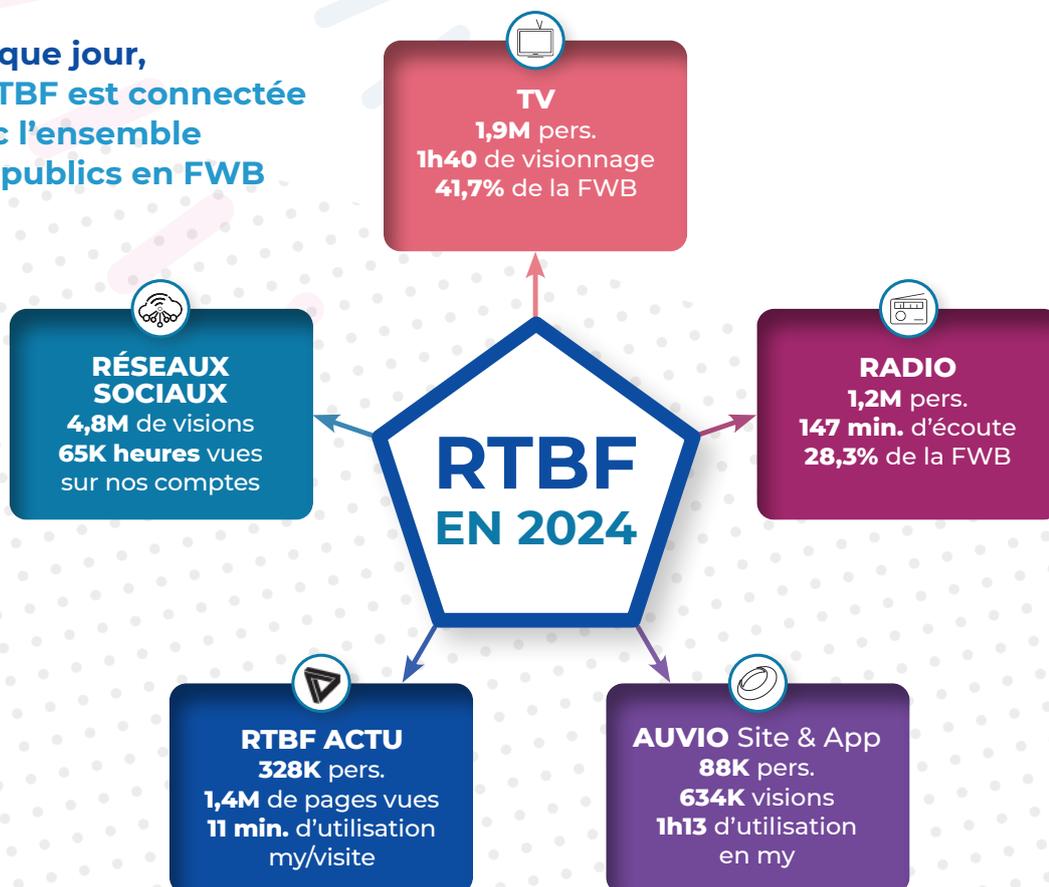
Deux priorités stratégiques pour pleinement exercer nos missions de service public

> **Être le premier et le plus créatif des producteurs de propriétés intellectuelles audio-vidéo belges francophones.** Le processus de création est articulé autour de la créativité éditoriale, des besoins des publics et de la création de valeur au sens large.

> **« Faire société » dans un monde personnalisé** en développant des plateformes propres garantissant la maîtrise éditoriale de nos contenus. Pouvoir s'adresser à chacun et chacune en Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB) dans un monde numérique est constitutif du mandat de service public au XXI^e siècle.



Chaque jour, la RTBF est connectée avec l'ensemble des publics en FWB



UN MODÈLE D'ENTREPRISE TOURNÉ VERS LES PUBLICS

L'entreprise est organisée autour de deux pôles, « Médias » et « Contenus », qui sont soutenus par le Pôle Technologies et l'ensemble des autres départements de l'entreprise. Au centre de nos créations et de nos productions se trouvent nos publics.

Les pôles Médias et Contenus interagissent de manière étroite et permanente notamment grâce au processus du Commissioning.

L'ambition est de s'adresser dans tous les genres et tous les formats à l'ensemble des publics en FWB.



MÉDIAS

Analyser les besoins des différents publics et l'évolution des modes de consommation (édition d'offres). Éditer, programmer et diffuser les contenus sur nos plateformes (TV, radio, web, apps & players).

CONTENUS

Créer, produire, coproduire ou acquérir des contenus originaux (7 thématiques éditoriales) en s'appuyant sur les talents et les moyens de production internes (Prod360).

TECHNOLOGIES

Définir, supporter et faire évoluer une architecture technologique cohérente en soutien à la stratégie digitale et à l'activité éditoriale.

PUBLICS

Notre approche éditoriale par public est au centre de nos créations et de nos productions.

COMMISSIONING

Encadrer le processus créatif entre les Pôles Médias et Contenus pour définir les nouveaux programmes et contenus à produire et s'assurer de l'adéquation avec les attentes des publics auxquels ils sont destinés.



Pour s'assurer de nous adresser au plus grand nombre, la RTBF a défini quatre approches éditoriales, liées aux comportements ou aux publics de conquête (les jeunes publics).

L'objectif est de proposer une offre de contenus multithématiques, originaux et pertinents dans le respect des valeurs de service public ; en format audio, vidéo et digital.

NOTRE APPROCHE ÉDITORIALE PAR PUBLIC

À chacune d'elle correspond une édition d'offres.

Publics des **JEUNES ADULTES**

menant une vie active et nomade, à la recherche de contenus authentiques, engagés, sensibles aux ambassadeurs charismatiques et inspirants.

Publics des **PASSIONNÉ-ES (Affinitaires)**

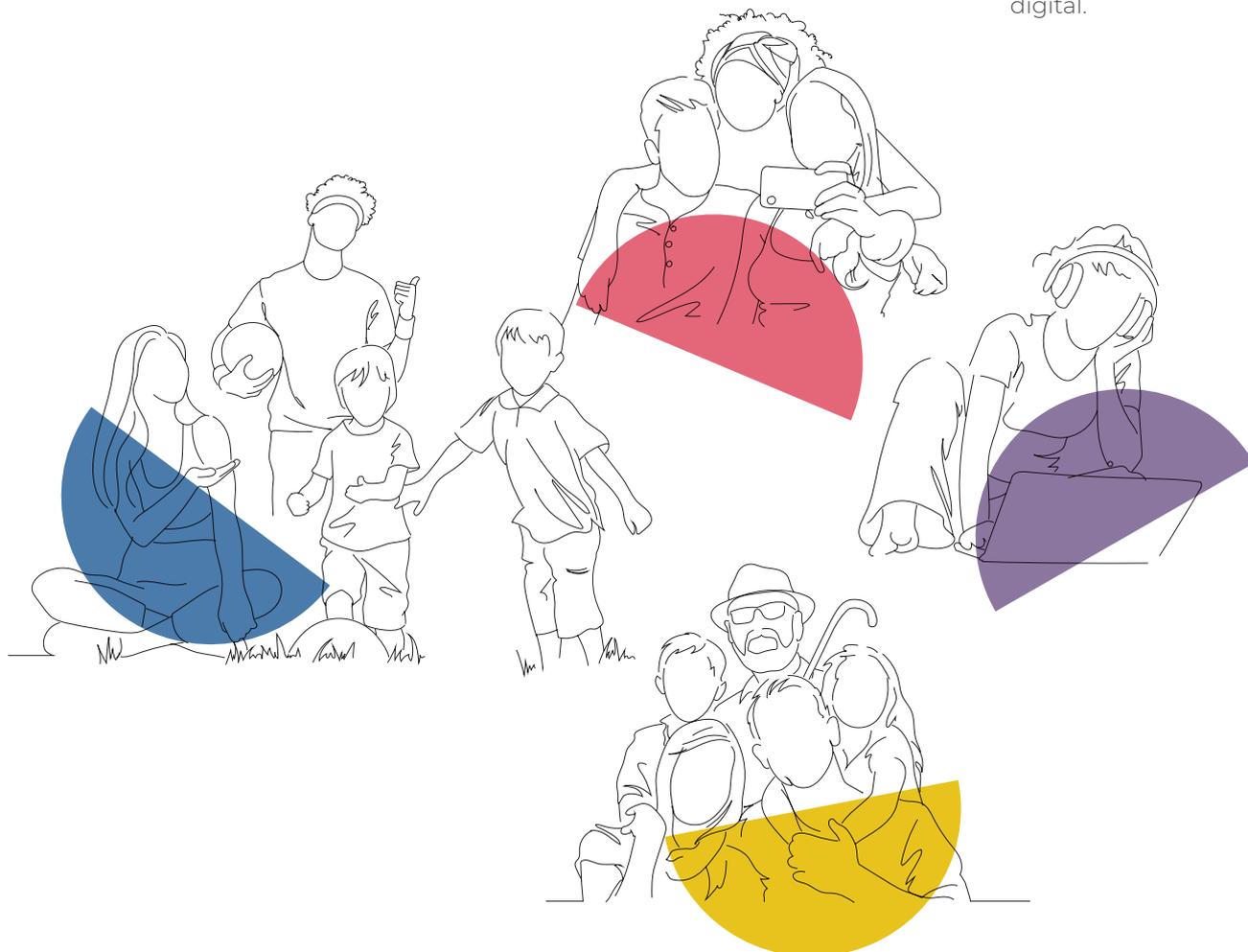
appréciant avoir du temps pour soi, approfondir, s'enrichir. Ils-elles oscillent entre le contenu disponible en linéaire ou non linéaire.

Publics des **NOUVELLES GÉNÉRATIONS**

ouverts aux changements constants, définitivement multi-plateformes, à la recherche d'ambassadeurs identifiants.

Publics en quête de **RASSEMBLEMENT (Nous)**

tournés vers les contenus qui rassemblent, l'info didactique et le divertissement, friands des médias traditionnels et d'un accompagnement digital.



PÔLE MÉDIA

Le Pôle Médias est organisé en deux axes qui interagissent étroitement : les publics et les plateformes.

Le premier est consacré à l'analyse, la bonne compréhension des besoins des publics et l'évolution de ses modes de consommation, de l'autre il édite, programme et diffuse les contenus sur ses plateformes.

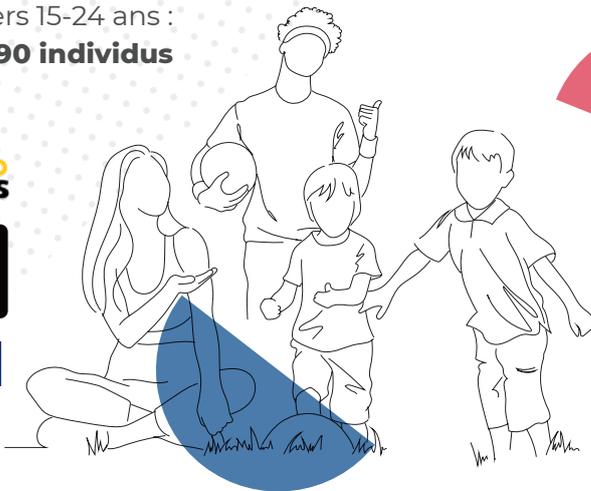
NOUVELLES GÉNÉRATIONS

Univers 4-14 ans :
591.855 individus
Univers 15-24 ans :
588.790 individus

rtbf
QUVIO KIDS

TAR MAC

IXPÉ



JEUNES ADULTES

Univers 25-44 ans :
1.185.084 individus

TIP!K
Jam. **IXPÉ**



PASSIONNÉ-ES (Affinitaires)

Univers 35+ GS 1-4 :
1.366.307 individus

MUSIQ³

La 1ère

CLASSIC 21

la trois



NOUS

Univers 35+ :
2.727.531 individus

la une

VIVACITÉ

VIVA+

rtbf ACTUS



rtbf
QUVIO

Source : Univers StatBel 2024



RTBF Auvio est la plateforme de streaming audio et vidéo 100% gratuite de la RTBF. Vous y trouverez un large choix de contenus pour toutes les envies : des séries, des films, du sport, des docus, des contenus Kids, les émissions de la RTBF ainsi que de nombreux podcasts. Sa promesse est *Plus de détente.*

Accessible et conviviale, elle crée un véritable lien social à travers son contenu.

Divertissement, humour et dialogues rythment cette radio, qui favorise la proximité avec ses auditeurs.

Sa promesse : *Vivacité, Ma radio complicité.*



RTBF Actus est le site de toute l'actualité belge et internationale.

Le contenu proposé y est varié : info locale, sport, culture, bien-être, technologies... Vous y trouverez également un accès direct à toutes les radios de la RTBF ainsi qu'à de nombreux podcasts.

Sa promesse est *mon actu et plus.*



La Trois est notre chaîne de télévision dédiée aux curieux et aux passionnés.

Elle permet d'approfondir ses centres d'intérêt et ses connaissances, tout en éveillant la réflexion et en procurant du plaisir, qu'il s'agisse d'émotions ou de divertissement.

La chaîne se distingue par une approche humaine, incarnée par des talents passionnés, pour offrir un contenu chaleureux et captivant. Elle répond aux questionnements du public en proposant des programmes enrichissants et inspirants.

Sa promesse : *La trois, la passion dans la peau.*



La Une est la chaîne de télévision grand public de référence, elle parle à tous les âges.

Elle offre un moment de détente et de réconfort, que ce soit en famille ou entre amis, grâce à une programmation accessible, rassembleuse et ancrée dans l'univers belge.

Son contenu mêle information, divertissement et humour pour créer des instants partagés.

Sa promesse : *La Une, Tout ce qui nous rassemble !*



Marque de radio généraliste, La Première propose une actualité crédible et approfondie, tout en conservant une touche de légèreté. La Première s'adresse à un public curieux et avide d'élargir ses horizons. Cette audience cherche à approfondir des sujets variés, et exige une approche experte, mais accessible.

Audacieuse et innovante, elle offre à ses auditeurs le plaisir d'apprendre et de découvrir de nouvelles perspectives.

Sa promesse : *La Première, l'esprit clair.*



Vivacité est une radio destinée au grand public, elle parle à la grande majorité des adultes.



Classic 21 est une radio musicale dédiée au rock, conçue pour les curieux et passionnés.

Elle permet aux auditeurs de s'évader du quotidien tout en suscitant des émotions fortes.

Avec une programmation chaleureuse et une approche approfondie du rock et de la musique, Classic 21 propose une expérience unique.

Elle s'adresse aux passionnés tout en restant accessible à tous, permettant le partage de connaissances et d'expériences dans un esprit authentique et convivial.

Sa promesse : *Classic 21, You rock.*



Le label des passionné-es du gaming, Esport, culture numérique et technologique.



Jam est une offre musicale destinée aux jeunes adultes passionnés.

Disponible en DAB+, elle propose un mélange éclectique et alternatif de styles musicaux.

Radio de la découverte, Jam met en lumière les artistes émergents, portée par une équipe de passionnés qui partagent leur enthousiasme pour la nouveauté et la diversité.

Sa promesse : *Jam, l'alternative.*

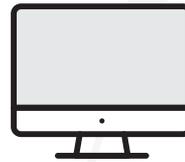


Musiq3 est la radio des amateurs de musique classique, destinée à un public de passionnés.

Ses auditeur-rices recherchent l'apprentissage, l'évasion et l'émotion tout en approfondissant leurs connaissances musicales.

Elle offre une parenthèse dans la réalité quotidienne, où l'expertise rencontre le plaisir et la passion pour la musique classique.

Sa promesse : *Musiq3, Changez d'air.*



Tarmac est une offre digitale et radio conçue pour les nouvelles générations.

Authentique, respectueuse et proche de son audience, elle se distingue par son esprit transgressif et ses contenus variés : musique urbaine, information décontractée, sport et humour. Tarmac se rend visible sur le terrain, à travers des événements comme des festivals ou des actions en milieu scolaire, et s'incarne à travers une communauté d'animatrices et animateurs, dynamiques et diversifiés.

Sa promesse : *Tarmac, The new playground.*



Tipik est une offre TV, radio, et digitale, qui s'adresse aux jeunes adultes.

C'est une marque crédible, inclusive et décalée, avec une forte pertinence locale.

Axé sur le divertissement, l'humour, la société, la pop culture, la musique et le sport, Tipik répond aux attentes d'une génération en quête d'authenticité.

Sa promesse : *Tipik, Keep it pop.*



RTBF Auvio Kids est une offre audio et vidéo 100% gratuite de la RTBF.

Vous y trouverez un large choix de contenus pour enfants.



54
pages
Facebook
+8 groupes



23
comptes



16
chaînes



10
comptes
TikTok



2
comptes
Bluesky



1
compte
X



chaînes



14
comptes
Whatsapp



2
comptes
LinkedIn

ZOOM



La présence numérique de la RTBF se fait au travers de ces 2 plateformes propres : RTBF Auvio et RTBF Actus.

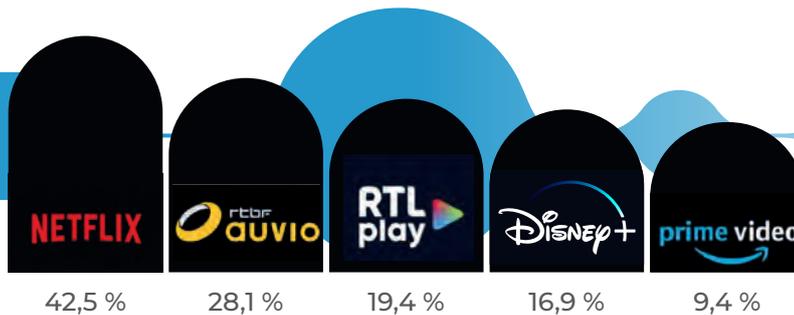


La première plateforme gratuite de streaming belge francophone reste celle de la découverte et du plaisir.

Elle offre un accès à des contenus exclusifs et un catalogue sans cesse renouvelé, des séries intégrales, des documentaires inédits, des films, des compétitions sportives et un vaste choix de programmes dédiés aux enfants.

Les sites et applications de chaînes de télévision classiques bénéficient également de la tendance des vidéos à la demande.

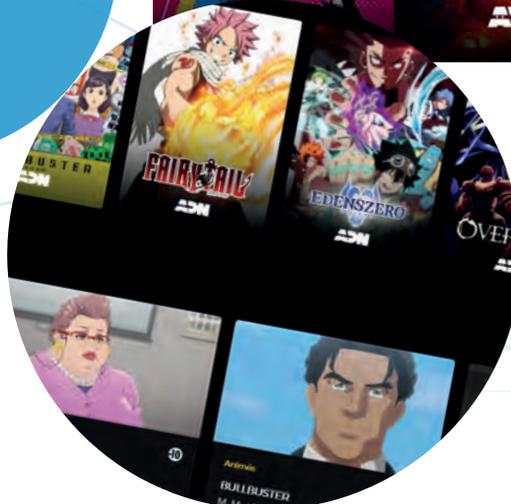
La palme revient à Auvio utilisé par 28% des Belges francophones.



Étude CIM establishment survey - Terrain du 1^{er} avril 2023 au 31 mars 2024

Connexion sur Apple TV

En juillet, Ixpé s'associe à ADN pour proposer des « mangas-animés ». Ce catalogue est destiné à tous les publics. Il est disponible gratuitement en version originale, sous-titrée en français.





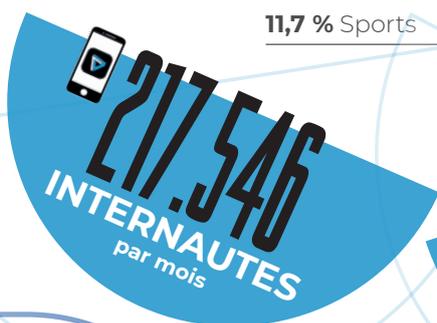
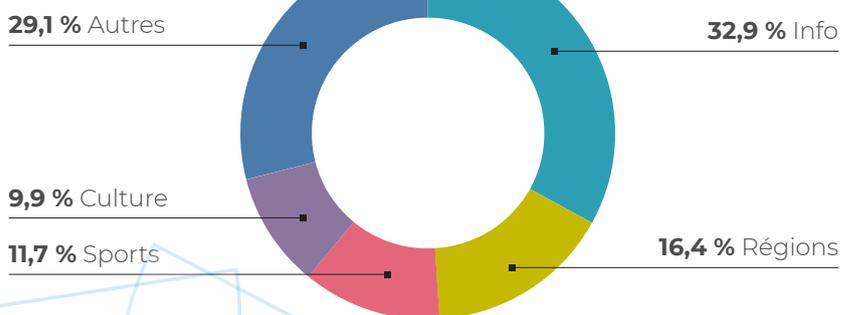
Restez connectés, même déconnectés !

Une nouvelle fonctionnalité voit le jour dans l'application Auvio pour Android et iOS :

la possibilité de télécharger vos podcasts préférés pour une écoute hors ligne, où que vous soyez !

- > **Plus d'actus pour tous** dès le premier coup d'œil. La page d'accueil a été repensée pour proposer une vue plus complète des infos du jour.
- > **Une nouvelle navigation**, aisée et structurée. L'accès aux thématiques, aux rubriques, aux chaînes et à la radio en direct est amélioré avec une nouvelle arborescence.
- > Un accès à vos contenus préférés facilité par **une nouvelle fonctionnalité de recherche**.
- > **Des alertes en temps réel** grâce aux notifications sur votre smartphone ou tablette.

Reach mensuel des 12+ FWB / mois



PÔLE CONTENU

Pour créer, produire, coproduire ou acquérir des contenus originaux dans le respect des valeurs et missions de service public et du contrat de gestion, la RTBF s'appuie sur les talents, les moyens de production internes et ceux de ses partenaires. Chaque thématique éditoriale caractérise une offre de contenus qui se décline sur toutes nos plateformes et se partage sur les réseaux sociaux.

L'INFORMATION, L'INVESTIGATION, LES DÉBATS...

Au quotidien, il s'agit de produire du contenu qui garantisse une information objective, pluraliste et rigoureuse. Mais aussi des contenus qui décryptent, analysent, investiguent et qui contribuent à nourrir le débat sur les questions de société.



206 JT
<12 ANS

rtbf
aUVIO
KIDS

1/JOUR
OFFRE INFO
> 12 ANS



330 H
COMPÉTITION
FÉMININE

...ET LE SPORT

Une place de choix lui est réservée sur nos plateformes, pour suivre avec émotion les exploits de nos sportifs et sportives. La RTBF continue d'acquérir les droits spécifiques pour les grandes compétitions et porte une attention particulière aux sports féminins, aux sports moins médiatisés et au handisport.



224 H
PROGRAMMES
OU SÉQUENCES
AVEC ATHLÈTES
HANDISPORT



+100 H
DE DIRECT
JEUX PARALYMPIQUES

+220 H
DE DIRECT JEUX
OLYMPIQUES



LA CULTURE, LA MUSIQUE ET LE PATRIMOINE

Une offre culturelle légère et pointue, qui va de la musique à la danse, du cinéma au théâtre, des arts plastiques à la littérature, et ce pour tous les goûts. Elle se décline sous la forme de

rendez-vous réguliers, ou événementiels ou en innovant dans les formats. La RTBF entretient des relations suivies avec les partenaires culturels et les artistes de la FWB.



LES SERVICES AU PUBLIC

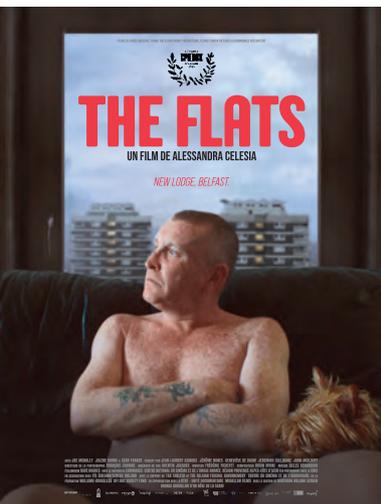
Des bulletins et des émissions d'informations météorologiques et de trafic viennent accompagner la population dans leur vie au quotidien. La RTBF continue d'améliorer son offre de contenus sous-titrés ou en audiodescription pour se rendre accessible au plus grand nombre.



JT ENFANTS LS



SÉQUENCES PROGR. E-CLASSE



DOCUMENTAIRES, COPRODUCTIONS & ACQUISITIONS

Véritable fenêtre sur le monde, le documentaire révèle une démarche d'auteur à l'exigence cinématographique forte. Ce genre narratif permet d'expliquer, de contextualiser, de confronter des points de vue différents en valorisant des regards singuliers et des formats innovants. La stratégie est coordonnée avec le pôle Médias pour répondre au plus juste aux sources d'intérêt de nos publics et à leur curiosité.



15
DOCUMENTAIRES
D'INVESTIGATION
PRODUITS, COPRODUITS
OU COMMANDÉS



664
DIFFUSIONS LONGS
MÉTRAGES CINÉMA



LA FICTION (cinéma, animations, séries belges)

Notre politique pour développer des séries belges audacieuses et de qualité reste ambitieuse. Les équipes ont décuplé leurs efforts pour soutenir le cinéma belge, les auteurs et autrices belges tout en continuant de proposer des inédits et de sélectionner des fictions qui surprennent et permettent de s'ouvrir au monde.



173
DIFFUSIONS
CINÉMA D'AUTEUR
OU ART & ESSAI
+21 ISSUS DE
LA FWB



SOCIÉTÉ, MODES DE VIE & GAMING

Mettre en avant les sujets qui touchent au quotidien mais également, et avec beaucoup de bienveillance, ce qui fait la spécificité des Bruxellois et des Wallons. Notre ambition quotidienne est de partager avec nos publics un regard extraordinaire sur l'ordinaire.





LE DIVERTISSEMENT & LA SOLIDARITÉ

Nous voulons être un moteur d'expression et d'épanouissement. Jouer notre rôle de révélateur de nouveaux talents en FWB et soutenir les artistes belges. Mais aussi rassembler autour de l'humour, parfois impertinent et décalé qui exprime si bien la belgitude.

40
PROGRAMMES
METTANT EN AVANT
TALENTS FWB

LA R&D

Cette cellule assure la veille stratégique et concurrentielle sur les nouvelles tendances de contenus et les nouveaux formats en vue de stimuler la créativité. Elle accompagne avec un soin particulier les équipes de la direction Contenus dans la conception de formats, de contenus, d'expérience digitales en collaboration avec les spécialistes de plateformes du pôle Médias. La R&D joue un rôle actif dans le processus de commissioning.

LA PROD360 (TV, radio & digital)

La Production 360 rassemble les expertises en vidéo, audio et digital au sein d'une même entité et joue un rôle de production exécutive, accompagnant les projets de contenus dans la définition des modes de production les plus adaptés en fonction des contenus éditoriaux et artistiques. Les équipes sont réparties en cercles de production, délimités sur base des Thématiques Contenus et des Éditions d'Offre existantes.

11H
DE PRODUCTION
PROPRE
EN MY/JOUR

+20H
DE PRODUCTION
PROPRE
EN MY/JOUR



PÔLE TECHNOLOGIES

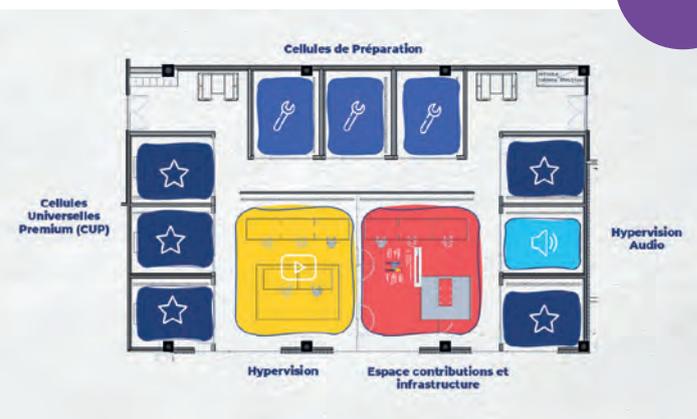
Les Technologies ont pour mission principale de définir, supporter et faire évoluer une architecture technologique cohérente et intégrée en soutien à la stratégie digitale de l'entreprise.

L'année est marquée par l'installation progressive des infrastructures techniques et la mise à disposition du Data Center dans le futur bâtiment Média Square.

Parallèlement, le Data Center de Média Rive à Liège a été adapté pour être en mesure de répondre aux besoins de sécurisation de Média Square.



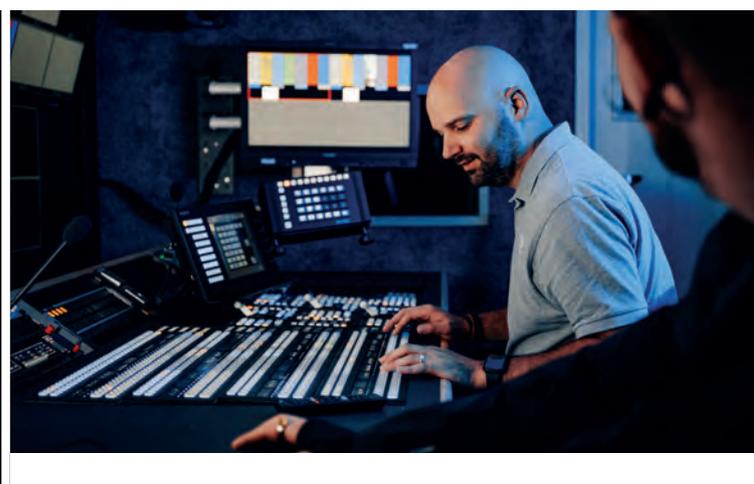
Autre événement marquant : l'installation de la **Master Control Room** au deuxième étage du futur bâtiment Média Square. Elle est destinée à centraliser toutes les activités de diffusion, de contribution et de surveillance des flux.



Cette nouvelle tour de contrôle s'organise en **trois nouvelles entités** et y inclut une régie finale web, pour une meilleure expérience média de nos publics.

1. L'**entité play out** va préparer et assurer la surveillance de tous nos flux.
 - a. En **continu**, grâce à l'**hypervision Vidéo**, c'est-à-dire la surveillance permanente de toutes les diffusions TV, des diffusions live d'Auvio et des visual radio.
 - b. En **spécifique**, les **5 Cellules Universelles Premium (CUP)** permettent de se concentrer sur la surveillance des moments de

- a. diffusion premium en TV et sur Auvio.
 - c. Les **Cellules de préparation** interviennent en amont pour préparer le contenu de diffusion
2. L'**entité Hypervision Audio** va gérer la supervision des flux de publication linéaire audio et des flux digitaux audio (webradio, podcasts...).
 3. L'**entité Contributions et infrastructure** mettra à la disposition des productions les signaux entrants et sortants et veillera à leur distribution et à leur supervision dans le réseau.



FLOW

L'objectif est de créer un écosystème de production qui permet à tous ses intervenants de travailler sur la même plateforme, tout en respectant leurs spécificités et leurs besoins.

Cette plateforme offre des services communs qui peuvent être utilisés par des outils tiers de pré/post-production comme Adobe Première ou Netia.



Les équipes Technos se forment et intègrent les outils liés à l'intelligence artificielle (IA) par le partage d'expérience entre médias publics, par exemple pour l'enrichissement des contenus, pour le séquençage du JT, le

développement de Chatbot, les solutions de mixing automatique intégrant le non verbal, mais également en testant l'IA générative Microsoft Copilot dans la suite Office 365.

NOS MISSIONS

Nos contenus se déclinent dans le respect de notre exigence éditoriale. Ils sont portés par notre capacité créatrice:

Le savoir-faire historique du groupe RTBF se transforme, se complète de compétences nouvelles pour proposer des contenus de qualité en lien avec les centres d'intérêt et le mode de consommation du public, quel qu'il soit et où qu'il soit.

Nos missions historiques « Informer, divertir, éduquer » ont évolué avec le temps pour enrichir la relation de confiance que le public nous prête.

Elles s'illustrent au quotidien dans notre offre de contenus en mode linéaire ou non linéaire. Nous voulons embarquer chacune et chacun en Fédération Wallonie-Bruxelles en ne laissant personne au bord du chemin.

- > Informer
- > Fédérer, respecter et rassembler
- > Stimuler, rendre curieux et curieuse
- > Révéler et être à l'écoute
- > Divertir
- > Oser

Article 46 CDG : La RTBF doit mener une politique d'évaluation continue de son offre au moyen de données quantitatives, et qualitatives

Les Belges en FWB

83,5%

ont confiance dans l'information de la RTBF, les réseaux sociaux sont à 42,1%

74,9%

trouvent qu'il est d'important d'avoir un média de service public comme la RTBF pour contrebalancer les intérêt des groupes médias privés

73,9%

considèrent que la RTBF fait la promotion de la culture, du patrimoine et des artistes de la FWB

71%

considèrent que la RTBF soutient les athlètes francophones et encourage la pratique du sport

Source: Étude de confiance RTBF - Pro-Fact - décembre 2024



UNE INFORMATION A 360°

Les rendez-vous de l'Info



Les JT suivis en télé et digital



La baisse de l'audience au moment des JT est généralisée et les semaines sont plus performantes que les week-ends.

Notre JT de 13 heures reste le premier rendez-vous des Belges francophones pour suivre ce qui se passe à proximité et dans le monde. Celui de 19h30 voit augmenter son audience sur Auvio (en live et en replay).

... et en mode éditions spéciales

Lorsque la situation l'exige, les équipes de l'info se mettent en mode *Édition spéciale*.



Pour la venue du Pape François à l'occasion du 600^e anniversaire de la KU Leuven et de l'UCLouvain, nos équipes étaient sur le terrain durant 4 jours avec une couverture en continu. 



RTBF Info sur WhatsApp



La rédaction a débarqué sur l'application de messagerie WhatsApp, le second réseau social le plus utilisé en Belgique.

Au travers d'une conversation, la rédaction vous propose du contenu d'actualité toute la semaine, en plus d'un condensé d'infos au quotidien.



WhatsApp RTBF Info L'actu à portée de main

VIVACITÉ

VIVA en direct

13,1%
PDA



2416
en my/jour

La 1ère

La nouvelle matinale de La Première

6,1%
PDA

290.663
pers./jour



Les rendez-vous régionaux de l'info signent le début de la journée. Chacun et chacune peut envoyer ses vocaux, photos ou vidéos via WhatsApp pour être relayés à l'antenne.

De l'info, de la culture et de l'interactivité.

De 5h00 à 10 heures, l'information est commentée, mise en perspective et décryptée. Sans oublier l'humour et toute l'actualité culturelle et médiatique.



11.238 K
d'écoutes/
télécharg.

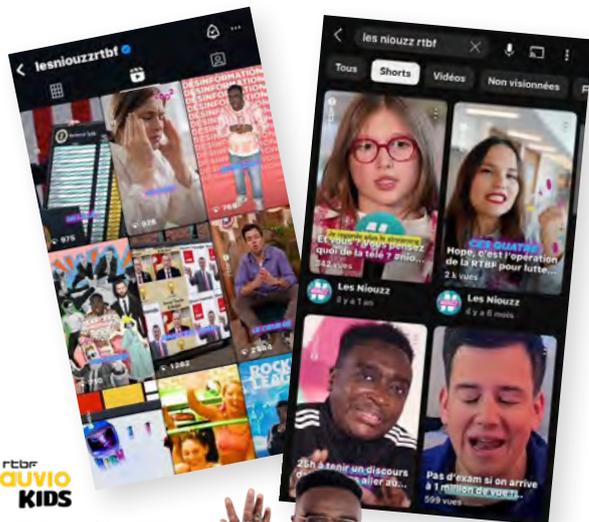
48,4%
de progression
vs 2023

relayés



Mise à jour pour les 12-16 ans

Pour informer les jeunes dans un contexte global où les modes de diffusion de l'information ne cessent d'évoluer, la RTBF va à leur rencontre sur leurs canaux de prédilection.



LES NIOUZZ

Du lundi au vendredi à 18h20, Max, Prezy et Luana donnent rendez-vous aux plus jeunes pour faire le tour de l'info en 6 minutes.



Le prix du Journalisme 2024 remporté par les Niouzz pour le reportage « La force des racines ».

Ce sujet connecte avec le présent et met en lumière l'histoire du Rwanda", a salué le jury. Celui-ci a également remarqué « un montage habile et moderne, mêlant des images d'archive, avec d'autres plus contemporaines. Le travail pédagogique est important et mérite d'être souligné. »



Les contenus des Niouzz sont déclinés en « Reel » ou « Shorts ».



Mise à jour traite une info par jour qui parle de politique, de l'actu internationale et sociétale. Des vidéos lifestyle et pop culture sont également proposées.



Tarmac pour les 16-25 ans



- Accueil
- Shorts
- Abonnements

- Vous >
- Historique
 - Playlists
 - À regarder plus tard
 - Vidéos "J'aime"



Izi News est un format vidéo qui propose de l'information décomplexée.

VEWS



L'approche est simple. Exprimer. Écouter. Inspirer. Des regards qui témoignent de notre société.

Made in Belgium

- Facebook: Vews-RTBF
- Instagram: vews_rtbf
- YouTube: @vewsrtbf

Faky

L'info décryptée



Des contenus dédiés à l'analyse des données, des faits et des images qui circulent : *Faky* (fact-checking), les données chiffrées (data journalisme) et *Décrypté*. Des articles « déroulants » permettent de cliquer sur des cartes, des photos, ou d'autres éléments pour séparer le vrai du faux.

Pause média

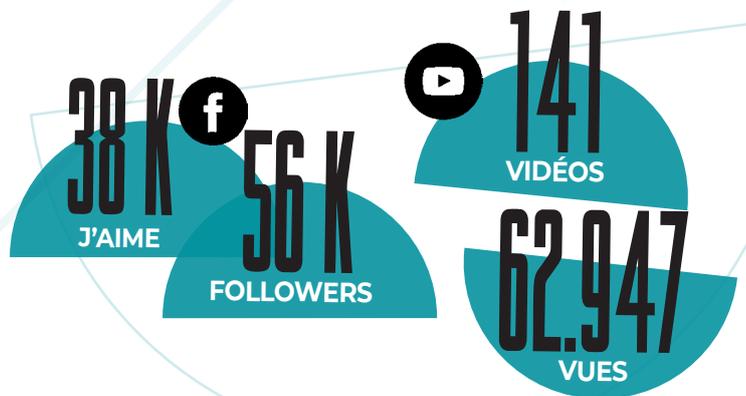


Le 24 mars, un nouveau rendez-vous mensuel de décryptage médiatique a été lancé. Un talk-show orchestré par Cyril Detaeye, entouré de Jacques Mercier, Jessica Riga, experte de ce qui fait le buzz, d'Ambroise Carton, spécialiste des *fake news*, Héroïse Blanchaert pour découvrir les secrets de vos émissions et d'un.e expert.e des médias hors RTBF.



INVESTIGATION

Le magazine reste un moment phare pour parler des sujets qui interrogent l'évolution de notre société. Des questions posées avec rigueur, pertinence et impertinence.



L'actu en débat

Du lundi au jeudi, Julie Morelle et Pascal Claude abordent les grandes questions de l'actualité belge et internationale, géopolitique et politique avec le concours de journalistes sur le terrain, d'expert-es et spécialistes.





Chaque lundi du mois, Julie Morelle anime un débat autour d'une question d'actualité nationale ou internationale, suivi d'un documentaire.



Les autres lundis, sont dédiés aux documentaires sur des thèmes aussi variés que la santé, l'argent, l'écologie, l'art... Comme le 25 novembre « Notre dame de Paris, le chantier du siècle »



Les clés

Chaque jour Arnaud Ruysen consacre une demi-heure pour éclairer les enjeux d'un sujet aux côtés d'experts et d'expertes, d'acteurs et d'actrices. De quoi vous donner les clés pour mieux comprendre les informations qui gravitent à toute allure dans notre monde de plus en plus complexe.



Toujours plus de documentaires



Les Silencieux, de Basile Vuillemin, Magritte du Meilleur Court métrage de fiction.

Fenêtre sur le monde, le documentaire est un genre qui se construit sur la durée et pour lequel l'école belge est reconnue internationalement.



Le 29 février 2024, Patrick Bruel était avec les auditeurs et les équipes à Bruxelles, à Mons et à Liège pour fêter les 20 ans de VivaCité.

Patients, histoires de vie s'immerge dans le quotidien de ceux qui luttent contre la maladie. Commentée par Clémentine Célarié, cette série offre un retour touchant sur des histoires vraies.



Avenir, ce nouveau documentaire de RTBF iXPé raconte l'évolution fulgurante du jeu vidéo, véritable phénomène culturel et industriel. Il explique comment il est passé d'outil de loisir pour enfants à outil transgénérationnel.



Le documentaire contemporain continue de séduire le public et principalement les jeunes.



2030 : vers la jeunesse éternelle, une série incarnée par Laurent Mathieu. Ce documentaire a connu une longue persistance, après sa diffusion en TV, sur Auvio.

69.036
TÉLÉSP. (4+)

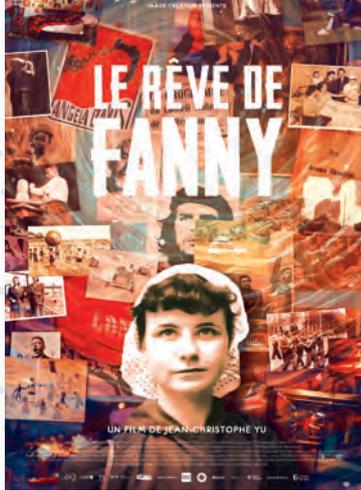
3.477
VISION LIVE + REPLAY
DONT 91% VIA AUVIO



La vraie vie de Kody (4 épisodes diffusés) a été plus performant auprès de nouvelles générations.

38.847
TÉLÉSP. EN MY (4+)

9.232
VISION LIVE + REPLAY
DONT 91% VIA AUVIO



Du 1^{er} au 30 novembre, le cinéma documentaire belge francophone est à l'honneur grâce au MOIS DU DOC initié par le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel de la Fédération Wallonie-Bruxelles. En soutien, la RTBF propose une programmation forte sur ses différentes chaînes.



À cette occasion, la RTBF a remis en avant 12 coproductions marquantes des derniers mois. Le public a pu voter pour son film préféré et remporter une séance privée du film le plus plébiscité à domicile en présence du réalisateur !



Chaque année, l'unité documentaire lance des appels à projet pour des documentaires et des podcasts natifs.



3
DOCUMENTAIRES

5
PODCASTS





Les élections sont un rendez-vous entre citoyens, entre des électeurs et des candidats qui porteront leurs voix. En 2024, les Belges ont voté deux fois : le 9 juin pour les élections régionales, fédérales et européennes et le 13 octobre, aux élections communales et provinciales.



Chaque Voix Compte, les élections du 9 juin

Qu'est-ce qui dicte le choix des Belges ? Quelles sont leurs attentes et leurs préoccupations ? Comment y répondre ? Peut-on imaginer demain, autrement ? Les préoccupations concrètes de tous les publics ont alimenté les émissions d'analyse, les débats et les nouveaux formats d'émissions.

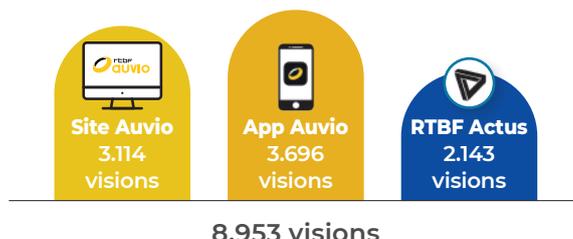
Le test électoral

Ce test est à l'image d'une boussole électorale : d'accord, pas d'accord. Le résultat donne les partis qui partagent les mêmes idées. L'occasion également d'explorer les arguments des partis politiques, et de fouiller dans leur programme de manière ludique.

En partenariat avec UCLouvain et UAntwerpen, la VRT, la Libre, La DH, De Standaard. Chaque question et sa formulation ont fait l'objet d'une réflexion approfondie. C'est la 3e édition pour la RTBF.

Le grand débat du 7 juin

En direct depuis le Grognon à Namur, Le Grand Débat a réuni 6 personnalités des grandes formations politiques, des candidat-es pour un ultime échange clair et posé sur les enjeux électoraux, un « Grand Débat » éclairant.





Accompagner les primovotants et les jeunes

La RTBF a été aux côtés des jeunes et particulièrement ceux qui votaient pour la première fois pour les aider à s'y retrouver dans le labyrinthe de la politique belge, un large dispositif proposant des contenus et des formats innovants.



Polipocket a décodé les dynamiques du jeu politique : quelles idées se cachent derrière chaque parti ?

Les *Politips* pour expliquer en deux minutes avec pédagogie et humour les bases de la démocratie et le fonctionnement des Institutions en Belgique. Des formats réalisés en collaboration avec le CRISP.



Le *Politic Challenge* pour connecter les ados à la politique, cinq candidats ont été interviewés en direct en pleine activité dans un parc d'attractions. Logo Tiktok Instagram de « Mise à Jour », RTBF Auvio RTBF Actus



5 ÉPISODES DU PODCAST

On vote Askip ou comment préparer le million de jeunes primovotants aux élections ?



C'est quoi les bails spéciales élections s'est déroulé dans le métro du 27 mai au 3 juin. L'objectif ? Les interroger sur les préoccupations de la jeunesse belge, de la santé mentale au pouvoir d'achat, en passant par les conflits dans le monde ou l'environnement.



Tarmac at school, la parole a été donnée aux élèves de 5^e et 6^e secondaires de cinq écoles en Fédération Wallonie-Bruxelles pour parler de leurs passions, leurs difficultés ? Comment y font-ils face ? Quels sont leurs rêves et leur vision du monde dans lequel nous vivons ?



3M visions dont

PoliticChallenge	600.575
Politips	584.632
PoliPocket	396.457
Izi News	288.990
La politique en Short	268.033
Un Ticket pour l'Europe	238.814
C'est quoi les baïls	213.966
Débrief	210.599
Tarmac at School	35.561
Test électoral	31.894
La politique, un truc de vieux	19.825
Polikids	10.731
La Capuche	8.647
On vote Askip	2.712

PolitiqueSwipe, le test électoral en format jeune, une sorte de Tinder des idées politiques : une manière d'aborder de façon ludique les programmes des formations politiques. Et surtout une exclusivité dans le paysage médiatique francophone !

108 K
PARTICIPATIONS



Un webinaire pour les écoles



Une initiative de la première édition de la Semaine de la démocratie

organisée dans le cadre du Pacte pour un Enseignement d'excellence dont un des objectifs majeurs est de renforcer et généraliser la démocratie scolaire. Cette émission a été pensée comme un bonus à l'information donnée en classe aux élèves et destinée aux primototants. Une initiative de la FWB en partenariat avec la RTBF, la Fédération Infor Jeunes et le Forum des Jeunes.

45
MINUTES

Sans oublier les enfants avec les Niouzz



Parlons Polikids ou comment expliquer les bases de la politique aux enfants.

La capuche, pour donner la parole au plus grand nombre.

La politique c'est pas un truc de vieux ! Ce n'est pas parce qu'ils ne votent pas qu'ils n'ont pas des choses à dire sur la politique, au travers d'un dialogue transgénérationnel entre un enfant et un grand-parent.

La politique en short qui a demandé aux acteurs politiques de s'adresser directement aux enfants avec des réponses ultra courtes (20 secondes max) . Pour permettre aux plus petits de mieux comprendre la différence entre les différents partis.



C'est quoi les bases ?

"Reprenons les bases" : la nouvelle séquence de la RTBF pour comprendre les bases de la politique belge



Enfin, la RTBF a porté une attention particulière aux citoyens qui se sentent exclus du débat, car ils ne maîtrisent pas les codes. *Reprenons, ensemble, les bases*. Quelle est la différence entre un parlement et un gouvernement ? Pourquoi ne peut-on pas élire directement un Premier ministre ? Des questions qui paraissent simples, avec des réponses qui le sont parfois moins.

La RTBF s'est également associée à l'ASBL Inclusion dans le but de rendre l'information accessible au plus grand nombre. Plusieurs de nos articles consacrés aux élections ont été transposés en langage adapté, le langage FALC.

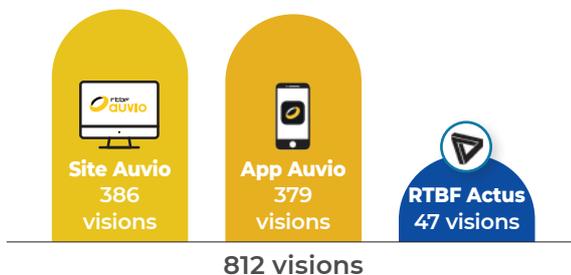
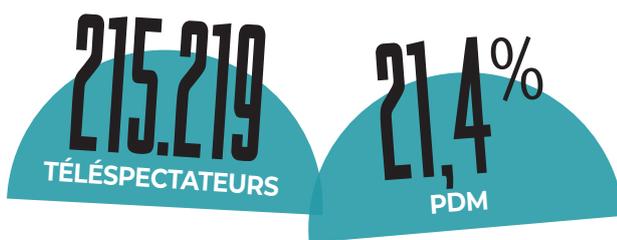


Les 109



3 manches
18 jeunes
6 politiques

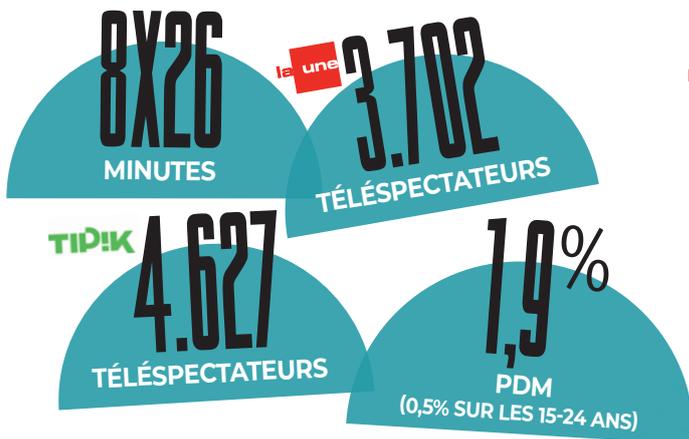
Des questions posées aux représentant-es politiques sur des thématiques qui parlent aux jeunes : l'environnement, le pouvoir d'achat, l'éducation, la santé ou le logement. Un échange chronométré suivi d'une évaluation des 109 jeunes pour exprimer s'ils étaient convaincus ... ou pas ! Un concept ludique et instructif qui change des débats traditionnels.





Un ticket pour l'Europe

Pour amener les jeunes à mieux comprendre l'Europe, les confronter aux enjeux de la politique européenne qui les touchent de près dans leur quotidien.

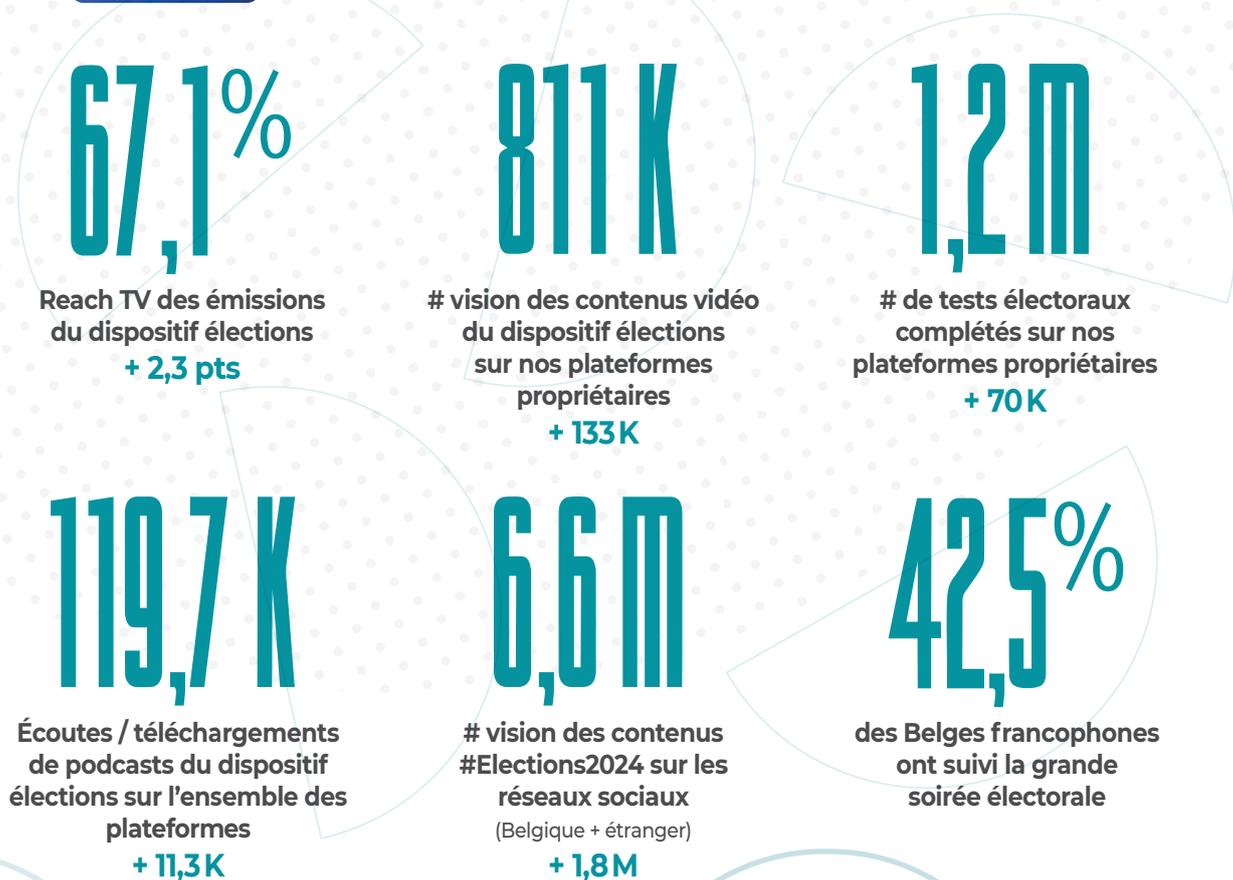


En clôture de l'opération, une édition spéciale du magazine d'info QR a invité huit participants à interroger en plateau les cinq têtes de liste des élections européennes.



Le dispositif des élections du 9 juin en quelques chiffres

Près de la moitié des francophones ont suivi les élections sur la RTBF



Les élections communales et provinciales du 13 octobre

Et si chaque voix compte, chaque commune compte aussi. C'est pourquoi la RTBF a proposé, sur ses différents médias, un dispositif complètement inédit autour de 4 grands projets.



En encodant votre code postal, il était possible d'obtenir les infos clés de sa commune avec les données importantes, les partis, les candidats et les enjeux au cœur du scrutin.



MAIS AUSSI



> Une pépite de datajournalisme avec un format de visualisation des données par commune



> Des articles en version « Facile à Lire et à Comprendre »



> Une page dédiée aux enjeux transversaux « Élections communales 2024 »



> Reprenons les bases en mode d'emploi de ces élections : comment ça marche, comment le bourgmestre est désigné, que faire si on n'est pas là le jour de l'élection, etc.





Des carnets de campagne

Dans les décrochages régionaux radio, écoutez le carnet de campagne quotidien de chaque rédaction locale.



Le tour des villes

Des débats radio et des séquences aux JT de 19h30 pour présenter les défis des grandes villes wallonnes et bruxelloises.

Le dispositif électoral du 13 octobre en quelques chiffres

51,6%

Reach TV Live+7 des émissions du dispositif élections

2.313 K individus

577 K

Reach total digital propriétaire

26,2 K

écoutes Replay des contenus audio du dispositif élections

714 K

vision des contenus #Elections2024 sur les réseaux sociaux (Belgique + étranger)

217 K

vision des contenus vidéo du dispositif élections sur nos plateformes propriétaires

PIC ± 9,3 K

écoutes live de la matinale de La Première le 14/10/2024 (à 8h00)



La rédaction est sortie du studio pour aborder les enjeux transversaux qui vivent dans les communes et villes.



Le « Grand Direct », le jour du scrutin

Une émission-événement, en direct, présentée comme en juin par Nathalie Maleux et François De Brigode, avec de nombreux journalistes qui ont sillonné nos régions pour partager cette journée électorale.



DU PLAISIR ET DE LA CONNIVENCE

20 ANS, ÇA SE FÊTE !



VIVACITÉ

VivaCité, la proximité

Le 29 février 2004 voit la naissance d'une radio : VivaCité. Une radio de service public avec un ancrage régional fort et l'ambition d'informer et divertir le plus large public possible.

Parfaitement ancrée en région, notamment grâce à ses matinales, elle est aussi la radio de l'interactivité en ouvrant ses antennes à ses auditeurs et auditrices.



le une

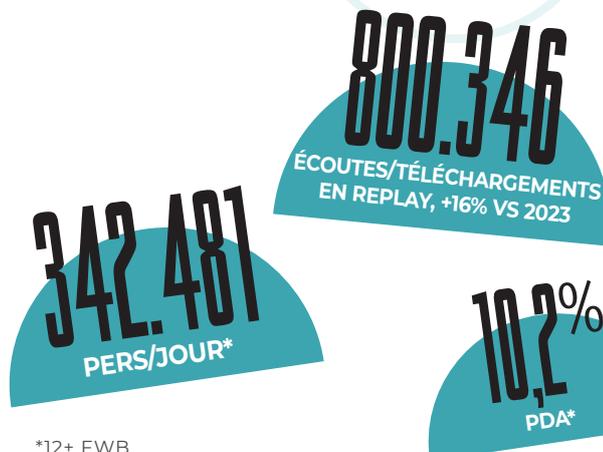
De nombreuses émissions sont proposées en synergie : *Le 8/9*, *C'est vous qui le dites*, *On n'est pas des Pigeons*, *Les Ambassadeurs*, *Viva Week-End*, *En Cuisine*, *Super nans*, *C'est pas fini...*

CLASSIC 21

Classic 21, You Rock !

Depuis toujours sur le terrain, Classic 21 met en lumière les artistes, les festivals, les petites salles et les événements avec une attention particulière à la scène belge.

Grâce à des showcases, des sessions acoustiques, des concours et des événements organisés par la chaîne, les auditeurs et auditrices ont la possibilité de découvrir des artistes et de les rencontrer en live.



*12+ FWB

CLASSIC 21



Un podcast *Close to You* vous permet de découvrir qui se cache derrière de si belles voix d'antenne.



le une

Une Brique dans le Ventre

Depuis sa première diffusion sur la RTBF en janvier 2004, *Une Brique dans le Ventre* est devenue la référence incontournable pour les passionnés de construction, de rénovation, de décoration intérieure et d'aménagements de leur lieu de vie.





RIRE, C'EST SI BON !



Rire est le propre de l'Homme... mais aussi de la RTBF. Que ce soient des classiques de l'humour dans *On en rit encore...*

... ou les péripéties de Nicolas Lacroix dans le format inédit *Oui*, il y en a vraiment pour tous les zygomatiques !



... des interviews décalées avec Kody et sa *Roue libre...*



Un documentaire raconte les coulisses du Grand Cactus pour son dixième anniversaire. Le succès phénoménal de l'émission se poursuit sur ses réseaux sociaux et fait du Grand Cactus l'une des plus grandes réussites digitales de la RTBF.



1,6 M
DE FANS

+300.000
ABONNÉS

RÉVÉLATEUR DES TALENTS



Des soirées Incognito

Le couple Tania Garbarski et Charlie Dupont accueille des invités... dont ils ne connaissent pas l'identité au préalable. Chaque semaine, des anecdotes, des coups de cœur et des découvertes animeront ces soirées riches en émotions et complicité.



LA BELGIQUE DE LA FICTION S'IMPOSE !



Les séries belges ont fêté leurs 10 ans

C'est le pari d'une action publique innovante et audacieuse, un partenariat fort entre la Fédération Wallonie-Bruxelles et la RTBF, celui de mettre en œuvre une politique d'auteur, de tout miser sur celles et ceux qui ont des histoires fortes à raconter.

Pour créer des séries originales, efficaces, addictives, et émouvantes.

Après dix ans de succès, c'est tout un écosystème qui s'est mis en place, avec des femmes et des hommes pour imaginer, écrire, produire, réaliser et jouer. Les concepts et les idées foisonnent, les genres et les formats se diversifient sous l'accompagnement qualitatif de la RTBF.



La saison 2 des étoiles du chocolat

L'émission qui met le chocolat dans tous ses états, animée par Adrien Devyver. Ce concours culinaire met en lumière les plus grands chocolatiers francophones de Belgique venus de Wallonie et de Bruxelles. Pierre Marcolini, Jean-Philippe Darcis, et la talentueuse Chocologue Victoire Finaz ont composé le jury de cette saison.



81
PROJETS DÉVELOPPÉS

14
SÉRIES DIFFUSÉES

19
SAISONS AU TOTAL

142 H
SOIT 18 H/AN DEPUIS 2016

16%
PART MY DE FINANCEMENT RTBF / SAISON

543 KÄ
COÛT MY PAR HEURE

12 MÄ
SOIT 5,5 M€ DE RECETTES NETTES POUR LES COPRODUCTEURS

+5%
FINANCEMENT RTBF PAR AN

+113%
AUGMENTATION DES COÛTS DE PRODUCTION ENTRE 2016 ET 2023



BILAN des 10 ANS de SÉRIES BELGES



2013

La Trêve S1
Ennemi Public S1

2017

Unité 42 S1

2019

Ennemi Public S2
Unité 42 S2

2025...

Pandore S2
Trentenaires S2

2023

Pandore S1
Fils de
Des Gens Bien

2021

Invisible

2024

1985
Ennemi Public S3
Attraction
Trentenaires S1
Baraki S2

2022

Coyotes
Baraki S1

2020



Nos *Trentenaires* préférés sont revenus en avril avec une Saison 2 en 24 épisodes passionnants, touchants, drôles et émouvants, au plus proche de la vie d'une bande de potes.



La saison 2 de *Pandore* diffusée en automne a confirmé son statut de véritable succès parmi les séries belges.

Meurtres à Tournai : cet épisode constitue un véritable événement puisqu'il s'agit du premier de la collection, coproduite par la RTBF, tourné en Belgique ! Le duo de flics franco-belge nous emmène le long de l'Escaut pour une enquête inédite réalisée par Gary Seghers *Ennemi Public*.



1.133.227

VUES

23

LIEUX DE TOURNAGE

40

COMÉDIEN·NES

600

FIGURANT·ES

120

PERSONNES AVEC UNE GRANDE DIVERSITÉ DE MÉTIERS



Des fictions qui se déclinent également en mode audio, documentaire ou encore sur le web.

D-Day : pour célébrer le 80^e anniversaire du Débarquement de Normandie. Un hommage aux soldats alliés et aux résistants qui ont risqué leur vie pour libérer l'Europe occidentale de l'occupation nazie, racontant leurs histoires avec sensibilité et précision historique.



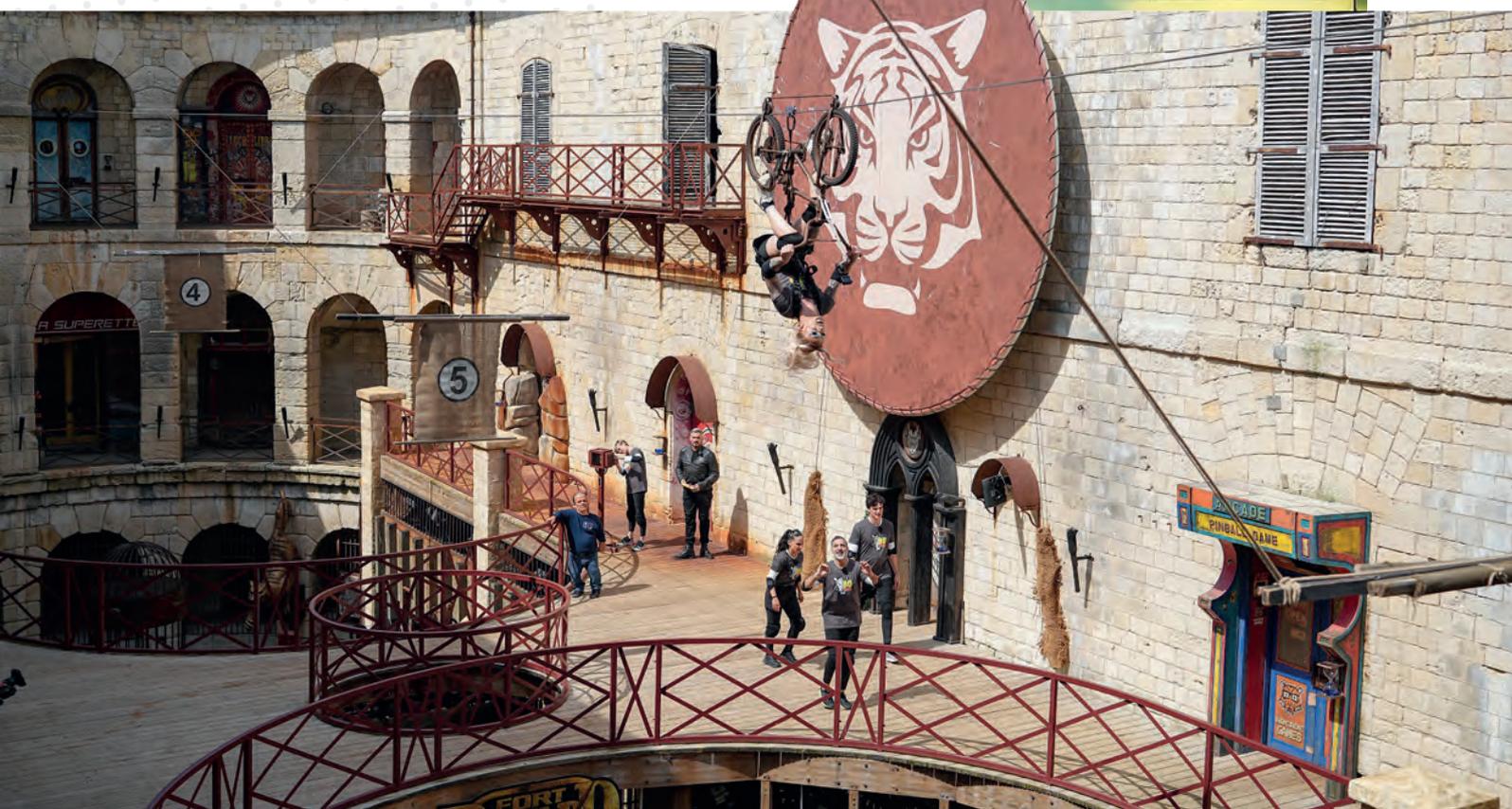
Fort Boyard solidaire !

Vingt personnalités de la RTBF ont accepté de relever les défis du célèbre Fort. Fanny Jandrain, David Jeanmotte, Sara De Paduwa et Henri PFR, notamment, seront chargés de dompter leurs peurs pour gagner un maximum de clés. Avec un seul objectif : obliger le Père Fouras à signer le plus beau chèque possible pour *Viva for Life* !

Devenir un conso-acteur averti !

Apprenez à devenir un consommateur-acteur : c'est le cri du cœur du magazine de consommation présenté par le duo Simon François - Fanny Jandrain. Du lundi au vendredi de 18h30 à 19h30.

La *Pigeon's Academy*, pour sa première édition, s'est déroulée à Charleroi avec au programme des masterclass dispensées par quatre experts avec le concours de l'équipe tout entière : Fanny Jandrain et Simon François, Jessica Riga, Romuald La Morte, Fabrizio Bucella, Robin Soysa.



2024, l'été des Jeux Olympiques

Après l'Euro de foot et le Tour de France, l'été est resté sportif avec les 33^e Jeux olympiques de l'ère moderne, organisés à deux pas de chez nous, à Paris.

Avec l'accès à Auvio, même en vacances à l'étranger*, les Belges ont pu suivre ou revoir les exploits de nos athlètes.

2024, l'été des Jeux olympiques et paralympiques

> **13h30 de direct** par jour

 > Une émission quotidienne de **50 minutes**

 > **3 heures** d'émission spéciale

 > Une présence spéciale sur tous nos réseaux sociaux

 > **1 page web** spéciale et des lives exclusifs

La cérémonie d'ouverture, les compétitions quotidiennes, le récit des exploits de nos athlètes noir-jaune-rouge avec un programme olympique dédié sur VivaSport en DAB+.



Anne-Sophie Depauw et Benjamin Deceuninck se sont installés sur les toits de Paris pour présenter le rendez-vous olympique *À nous Paris*.

Des interviews, des analyses et des rencontres en direct de la Belgium House de Paris, pour raconter toutes les petites et les grandes histoires de ces Jeux olympiques 2024.

Un journal quotidien avec Christine Hanquet pour partager l'essentiel de chaque journée olympique.



+220 H
DE SPORT



Le rêve olympique des Borlée



Et pour les passionnés désireux de se plonger pleinement dans l'univers des Jeux Olympiques, une sélection de contenus a été proposée autour du sujet : *Le rêve olympique des Borlée* ou les JO de Berlin en 1936, le podcast *L'histoire des JO, 1924*, le *Paris des Jeux Olympiques* un documentaire de 80 minutes nourri d'archives souvent inédites de Gaumont-Pathé, et bien d'autres encore.



Du 28 août au 8 septembre, les Jeux paralympiques de Paris, se sont déroulés dans les mêmes sites que les Jeux olympiques. Pour l'occasion, la RTBF a mis en place un dispositif ambitieux, pour mettre en lumière nos athlètes.



Un rendez-vous quotidien dans le JT de 18h30 pour revenir sur les épreuves du jour, une série *ParisLymphiques* pour découvrir la préparation des athlètes, des reportages, interviews...



6
ÉPISODES

Et pour vivre l'émotion, David Jeanmotte a livré des capsules vidéo quotidiennes dans Le 6-8, et partagé sur les réseaux sociaux de la RTBF, ses rencontres avec nos athlètes.

+70 H
EN DIRECT

549
ÉPREUVES

28
ATHLÈTES

11
DISCIPLINES



ZOOM

LA RTBF FAIT LA FÊTE À LA MUSIQUE BELGE



Une semaine musicale pour écouter et découvrir les talents belges

Pour la quatrième édition consécutive, la RTBF a donné à voir et à entendre la vivacité de la scène musicale nationale.

Toutes les radios ont renforcé leur programmation en fonction de leur ADN, avec des live sessions, des interviews, des capsules, ou encore la mise en valeur d'un jeune talent chaque jour dans *C'est quoi les bails ?*

Un rendez-vous avant le JT, avec *les coups de cœur musicaux* de nos artistes belges, ou encore la *Grande nuit de la musique belge* sur La Trois, un talk-show qui a réuni des artistes musicaux belges avec leurs instruments et leurs meilleurs souvenirs.

La semaine de la musique est un événement organisé en partenariat avec le Conseil de la Musique, Court-Circuit, la VI.BE, la VRT et la RTBF.



Présence d'un espace dédié pour prolonger le plaisir et la découverte.





... AU CINÉMA BELGE

**Laissez-vous séduire par le cinéma belge...
Il vous réserve de belles surprises !**

La RTBF a sorti le grand jeu et s'est mise sur son 31 pendant la semaine qui a précédé la Cérémonie des *Magritte du Cinéma*, accueillie pour la seconde fois au Théâtre National et présentée par Patrick Ridremont.

Élodie de Sélys et Xavier Vanbuggenhout (*Le Mug*) ont récolté en direct de la cérémonie les émotions des lauréats et partagé les moments forts de la cérémonie.



De la fiction et encore de la fiction

À cette occasion, le catalogue a été étoffé, avec en exclusivité 30 films belges visibles durant un an.



Nos chaînes se sont mises aux couleurs du cinéma belge en proposant des films, mais aussi des magazines et des capsules inédites *Coup de projecteur* pour présenter les métiers du cinéma.

En amont de la semaine du cinéma belge, *Culture Club* a proposé une chronique sur les liens entre le cinéma belge et le théâtre, des interviews décalés.



Du côté jeunesse, petits et grands ont pu découvrir des fictions déjantées riches en péri-péties, à regarder en famille.



Ma déclaration !

Des acteurs, des actrices, des réalisateurs, des réalisatrices partagent les musiques qui les accompagnent dans leur vie de tous les jours, en mode podcasts.

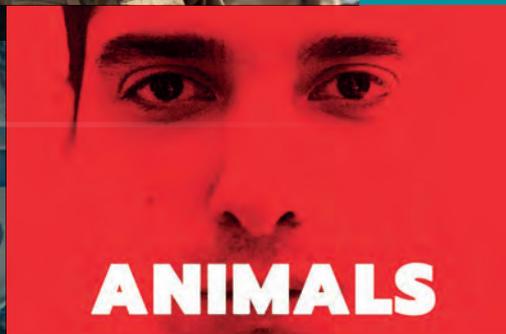


Des hommes



Les intranquilles

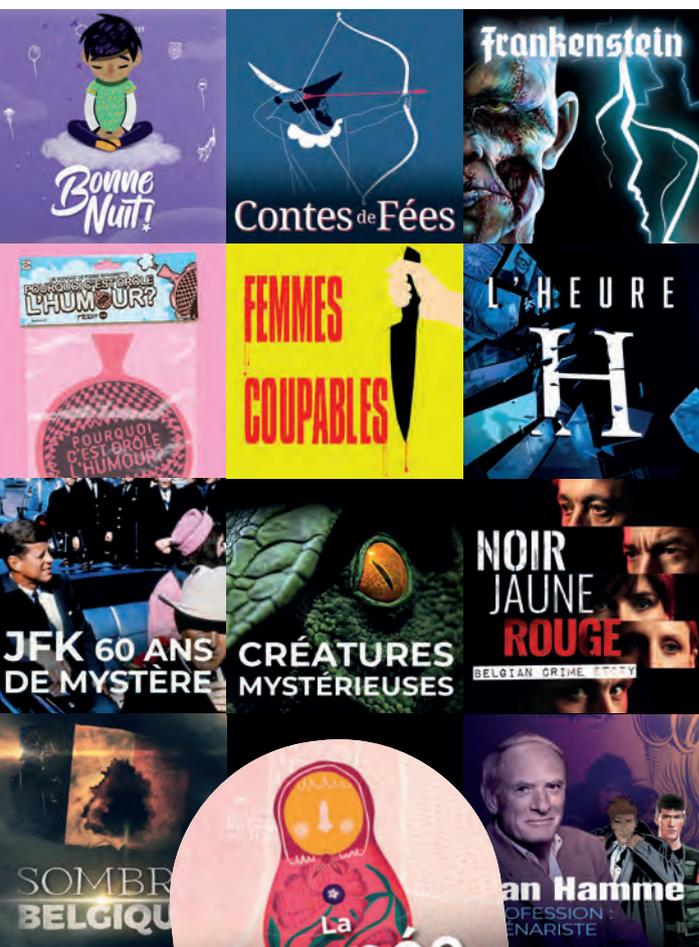
Rien à foutre



... AUX LIVRES BELGES

Une édition dédiée à Nos Amours, sous toutes leurs formes.

En soutien à l'événement, la RTBF a proposé des contenus multiples et son stand a été le lieu de rencontres et de découverte avec son Podcast corner.



L'émission *Sous Couverture* a été enregistrée depuis la Foire, une captation réalisée par la régie verte RTBF. À l'honneur, le Prix Première 2024 qui a été attribué à Sébastien Bailly pour son premier roman, *Parfois l'homme*, publié aux éditions Le Tripode.

Audio Kids avec *Keskidi ?*, série de podcasts pour enfants sous forme de chroniques ludiques qui racontent et retracent l'origine de dix expressions de la langue française en épisode de 5 minutes.



Et à suivre sur RTBF Actus et sur www.rtbf.be/foiredulivre.

Prix Première Victor du Livre Jeunesse 2024

Ils étaient 3033 jeunes lecteurs et lectrices de 12 à 15 ans à participer à cette sixième édition et ont plébiscité le premier roman d'une autrice belge, Brigitte Somers, pour son roman *À la belle étoile* publié aux Éditions Mijade.





... AUX ARTS VIVANTS

***J'peux pas, j'ai spectacle* aux quatre coins de la Wallonie et de Bruxelles.**

Une initiative conjointe de la RTBF et de la Fédération Wallonie-Bruxelles et l'ensemble du secteur des arts vivants, du 27 septembre au 6 octobre.

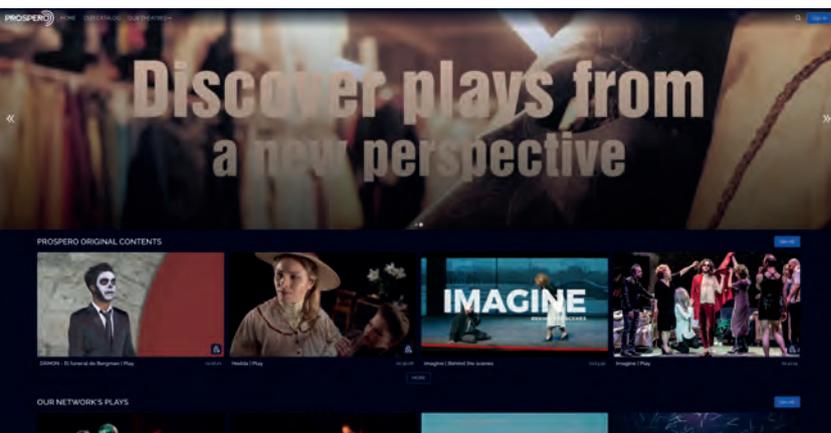
Un soutien concret à nos partenaires culturels pour donner envie au public de découvrir les talents et les artistes de chez nous, toutes disciplines confondues.



La plateforme Prospero, une initiative du Théâtre de Liège, avec d'autres théâtres en Europe, a pour vocation de rendre accessibles au sein de toute l'Union européenne et gratuitement, des contenus liés au théâtre.

+50
LIEUX (Brabant Wallon, Hainaut, Liège, Luxembourg, Namur)

2€
LA PLACE



TIPIK **Les Dragons**, une production du Théâtre de Poche.



L'ensemble des médias de la RTBF se sont mobilisés pour parler de l'initiative en radio, en télé et sur les réseaux sociaux.



Paris Cancan, une production du Théâtre Royal du Parc.



Kevin, un spectacle documentaire participatif, une production Le Théâtre du Rond-Point



PARTENARIATS

La RTBF reste le partenaire incontournable de celles et ceux qui font bouger la Wallonie et Bruxelles. Elle a apporté son soutien à de nombreux festivals de musique, aux arts de la scène (théâtre, danse, opéra), aux musées, au cinéma, aux foires & salons, aux événements sportifs et spéciaux....

Ces quelques exemples illustrent la richesse des initiatives pour animer les liens de proximités avec tous les publics et dans toutes les régions.



3.741
VOTES
DU PUBLIC



Musiq3 du Public au Concours Reine Élisabeth 2024

Le violoniste Joshua Brown a été élu Prix Musiq3 du Public du Concours Reine Élisabeth de violon 2024.

10.985

VOTES
9.430
1.555

En parallèle au palmarès établi par le jury, le public était invité à voter pour son ou sa candidate finaliste préférée. Cette année, le vote a été ouvert dès le premier jour des finales.

Le prix a été créé par Jacques Stehman en 1975, pianiste, compositeur et critique musical belge qui souhaitait attirer l'attention du public sur les jeunes artistes.

Le public a eu le plaisir de retrouver Joshua Brown en concert au Festival Musiq3 Bruxelles le 29 juin à Flagey et Dmytro Udovychenko **1**, Premier Prix, au *Festival Musiq3 Brabant Wallon* le 6 octobre.



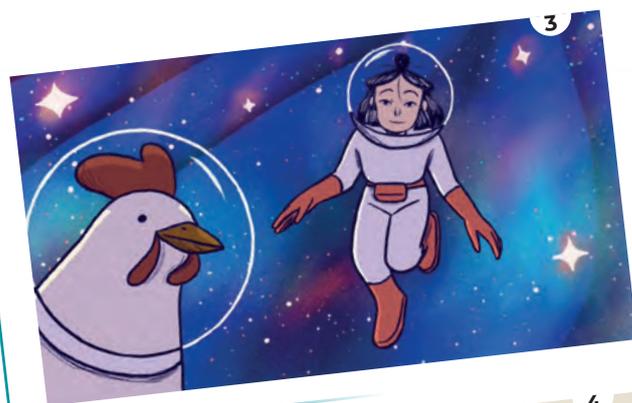


160

ÉLÈVES

Ciné-club avec des enfants de primaires

En partenariat avec Média Sambre, un Ciné-club **2** a permis de faire découvrir deux coproductions aux enfants des écoles primaires de Charleroi (les Astres immobiles **3**, Luce et le rocher **4**).



3



4



2



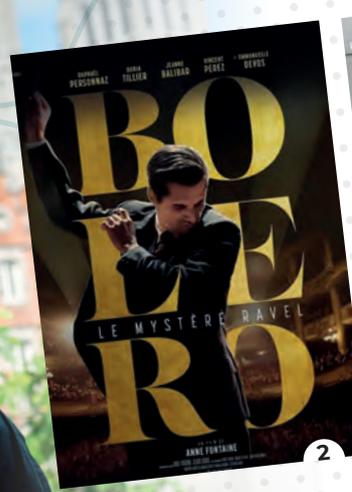
5



6

Les fictions à la fête

L'équipe fiction a organisé de nombreuses avant-premières à l'occasion des sorties de nos séries belges à succès *Pandore*, des *Chroniques du charbon* **5**, des *Trentenaires* ou encore celle de la *Salle des Profs* **6**.



740

ÉPISODES

Lors du tournage de la troisième saison des *Trentenaires*, la scène du mariage a fait appel à de nombreux figurants de la ville, qui ont pu découvrir comment se passait un tournage et échanger avec Cathy Immelen.

L'épisode *Meurtres à Tournai* **1** a été diffusé à la maison de la Culture avec Notélé. Cette soirée a réuni un public nombreux, le tournage ayant été particulièrement suivi dans la ville.

Le public est également invité à découvrir, en avant-première, les films coproduits **2** pour le cinéma. L'occasion pour les membres de l'équipe du tournage, les acteurs et actrices de partager les anecdotes et moments forts du film.

La RTBF a également marqué son soutien au cinéma par le biais de bourses d'écriture :



- > Belgian Pitchbox Event Du Biff (Brussels International Fantastic Film Festival). Un tremplin pour les jeunes auteurs et autrices belges, une aide au développement à hauteur de 17 500€ au projet de son choix – Avril 2024
- > Festival International du Film de Comédie de Liège **3**, le CineComédies Lab – de juin à novembre 2024 : un tremplin pour les jeunes auteurs et autrices belges, une aide au développement à hauteur de 17 500€ au projet de son choix.





Concerts en Live



Le 2 juin, à l'OM, une soirée exclusive avec des showcases a réuni Santa, Charles, Doria D, Morgan et le groupe Ykons et les animateurs et animatrices sur scène, dans et avec le public.



Des showcases ³ d'exception pour célébrer le 20^e anniversaire de Classic 21 avec des talents locaux et internationaux, émergents ou confirmés.



³
11H
DE CONCERTS



Tout au long de l'année, l'équipe de Jam offre le meilleur et le plus diversifié des contenus possibles.

Que ce soit en mode **Listen Festival** avec des émissions spéciales pleines d'invités en direct du Continental, ou les *Nuits du Bota*, ou encore le *Micro Festival* alliant les meilleurs de la scène alternative.



Pour les 25 ans de l'émission *Le Monde est un Village*, une brochette d'artistes de la Fédération Wallonie-Bruxelles se sont livrés en concert à un jeu original de reprises aux saveurs belges.



30

ARTISTES FWB



Le Festival accueillait pour la deuxième année la journée Propulse Classique.

Pour sa quatorzième édition, le Festival Musiq3 s'est tenu à Flagey et au théâtre Marini avec une programmation pour tous les âges et goûts musicaux.

Sur la place Sainte-Croix, les DJ sets de Jam ont animé les soirées, depuis le Cube Musiq3. Le studio radio a également accueilli des rencontres littéraires tout au long du week-end.



L'immanquable rendez-vous de la Fédération Wallonie-Bruxelles



Le 27 septembre, en direct sur la Grand-Place de Bruxelles

1 a eu lieu le traditionnel concert gratuit sur la plus belle place du monde. Henri PFR s'est chargé de lancer la soirée qui avait pour thème melting pop. Pour l'occasion, il a rendu un vibrant hommage à nos artistes belges en réalisant un medley des plus grands tubes de notre plat pays, accompagné de 11 musiciens.



Grands gagnants de la première saison de The Dancer, Pilou et Saléna – du duo FUSION – nous ont fait l'immense honneur de danser sur le titre L'Enfer de Stromae. Un moment suspendu qui a touché le public de la Grand-Place en plein cœur.

Les fêtes de Wallonie, la fête s'invite chez vous



Que ce soit en radio, en télé ou sur Auvio, le public a été plongé dans chaque moment, au plus près de l'ambiance avec des directs, mais également en allant à la rencontre de celles et ceux qui perpétuent les traditions avec Bouké, le média de proximité de Namur.

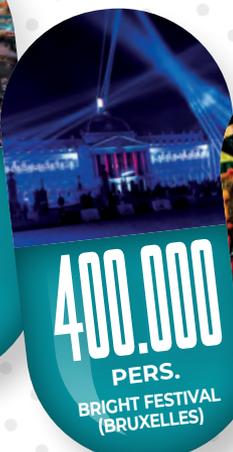




... des grands concerts gratuits



... des événements spéciaux



848

conventions
de partenariat

- Cinéma (25)
- Cirque et arts de la rue (25)
- Concerts (100)
- Expo (46)
- Festivals de musique (61)
- Salon (36)
- Sport (58)
- Théâtre et Spectacle (80)
- Tourisme (25)
- Divers (392)

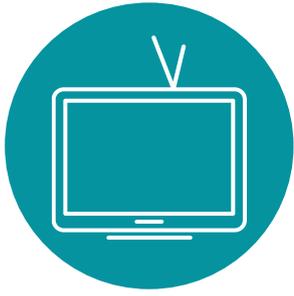
Régions

- Bruxelles (255)
- Brabant Wallon (45)
- Hainaut (88)
- Liège (159)
- Luxembourg (29)
- Namur (72)
- National (1)
- Divers (199)

... des festivals de musique



LES AUDIENCES



28%**

DE PARTS
DE MARCHÉ

100

MINUTES DE VISIONNAGE
QUOTIDIEN

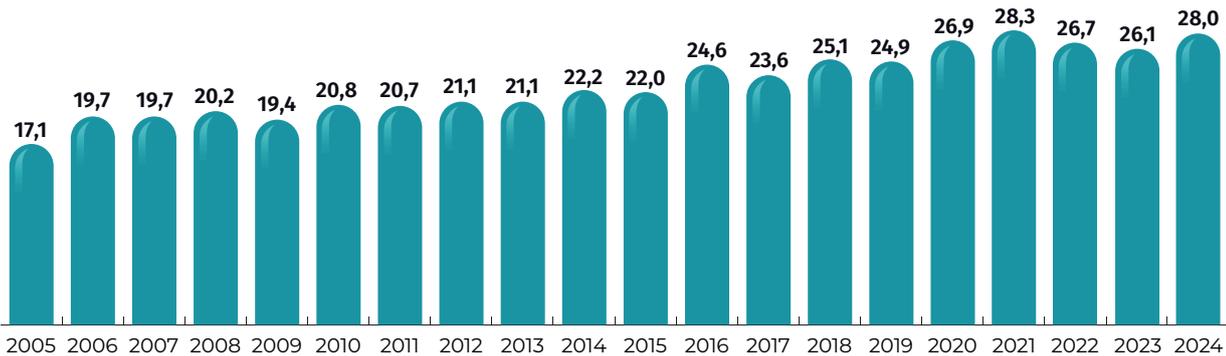
2.541.827*

TÉLÉSP., CHAQUE SEMAINE,
POUR LES 3 CHAÎNES.

En termes d'audience, la RTBF reste en tête sur l'ensemble des publics en Fédération Wallonie-Bruxelles.

Dans un environnement média où le visionnement de la télévision est en baisse dans tous les publics, 41,7% de la population de la FWB est en contact quotidien avec une ou plusieurs chaînes de la RTBF.

Évolution des parts de marché en % (cible 4+) – Groupe RTBF



Source : Audimétrie CIM - Live +0

Le nombre de personnes touchées, chaque semaine par la RTBF, en Fédération Wallonie-Bruxelles (15 min.)



* Source : Audimétrie CIM Weekly rch (#/%) – seuil de vision 15 min – cible 4+ - Live +7

** Source : Audimétrie CIM Share (#) – cible 4+ - Live +0



147

MINUTES D'ÉCOUTE PAR
JOUR DE NOS RADIOS

36,2%

EN PARTS
DE MARCHÉ 12+

1.223.742

PERS. CHAQUE JOUR

1.990.702

PERS. CHAQUE SEMAINE

Radio FM/DAB+

Les audiences continuent à baisser sur le total radio, principalement dans le public des 25-39 ans (-1,9 %) et des 35+ (-0,8 %)

Quotidiennement, 28,1 % de la population 12+ FWB sont à l'écoute de la RTBF (-0,5 point p.r. à 2023). Sur base hebdomadaire, ils représentent 45,7 % des 12+ de la FWB, (-0,8 point p.r. à 2023).

Source : CIM/RAM janvier-décembre 2024 - Sud - 12+ base FM+DAB+ (hors web radios et replay/podcast)

Audio Digital

En sessions actives (au moins 1 minute), on comptabilise plus de 38,6 millions d'écoutes (+21,5 % p.r. à 2023).

En replay d'émissions et podcasts, via streaming ou téléchargements, ce sont plus de 14,9 M de contenus écoutés, dont plus de 8 millions sur des contenus natifs.

Ces audiences digitales sont en progression constante, particulièrement chez les plus jeunes.

En 2025, le CIM sortira une mesure du marché global qui permettra d'avoir une vue complète de la progression de l'écoute digitale en replay.



PLAYERS
466.851
INDIVIDUS*
PAR SEMAINE

SITES
1.119.990
INTERNAUTES*
PAR SEMAINE

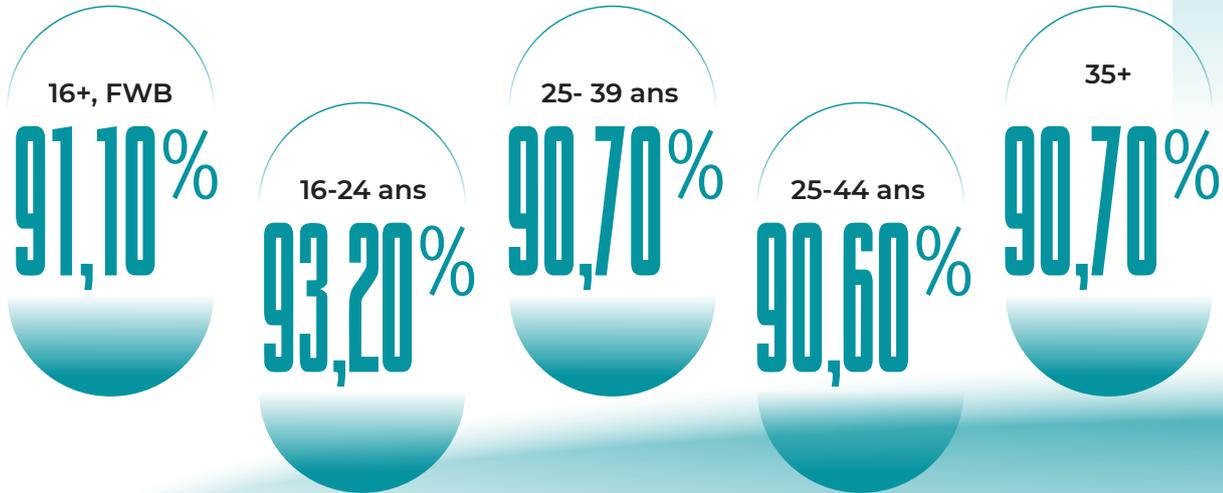
APPS
224.559
INDIVIDUS*
PAR SEMAINE

Les performances numériques de nos plateformes propriétaires dépassent celles du marché

Les performances numériques de nos plateformes propriétaires dépassent celles du marché, avec une augmentation de 14 % de l'audience hebdomadaire sur nos sites,

applications et players : +15 % pour les sites, +3 % pour les applications et +59 % pour les players.

La RTBF touche tous les publics **



* Étude CIM Internet GfK, Daily Reach, 12+, Belgique (Sud), PC-Mobiles-Tablettes 12+ en FWB, par semaine en moyenne.

** Reach hebdomadaire cross média, plateformes propriétaires et tierces
Etude Cross-Media RTBF (Enquête online et téléphonique déclarative auprès de 2500 répondants) – Mars - Déc. 2024 – Institut Profacts



LES PRIX

1 IO CAPITANO !

Matteo Garrone

PRIX DU MEILLEUR FILM EUROPÉEN

Long métrage

Festival international du Film de San Sebastian (Espagne)

2 LA PLUS PRÉCIEUSE DES MARCHANDISES

Michel Hazanavicius

PRIX SPÉCIAL DU JURY

Long métrage animation

Festival international du Film de de Mar del Plata (Argentine)

SAUVAGES

Claude Barras

PRIX DU MEILLEUR FILM

Long métrage animation

Festival Piccolo Grande Cinema (Italie)

3 AUGURE

Baloji

PRIX DU MEILLEUR RÉALISATEUR

Long métrage

Festival international de Sitges (Espagne)

AUGURE

Baloji

PRIX DU MEILLEUR RÉALISATEUR

Long métrage

Festival du Film de Philadelphie (USA)

4 EVERYBODY LOVES TOUDA

Nabil Ayouch

PRIX DU JURY JEUNE

Long métrage

Festival du Film de Malaga (Espagne)

5 L'EMPIRE

Bruno Dumont

PRIX DU JURY

Long métrage

Festival international du Film de Berlin

EN ATTENDANT LA NUIT

Céline Rouzet

PRIX DU JURY

Long métrage

Festival international du Film de Bruxelles

6 BAHAMAS

Maxime Bultot

PRIX DU JURY

Court métrage

Cinéma en Liberté de Toulon (France)

BAHAMAS

Maxime Bultot

BEST NEW FILMMAKER ET BEST NEW ACTOR DÉCERNÉ À NOA STAES

Court métrage

New-York Indie Short Awards (USA)

7 RÉMINISCENCE

Frédéric Mosbeux

PRIX DU MEILLEUR RÉALISATEUR ET DU MEILLEUR FILM

Court métrage

Short to the Point (Bucarest, Roumanie)

EN MILLE PÉTALES

Louise Bongartz

PRIX SHORT FILM CORNER

Court métrage animation

FIFF Namur



8 UN BON GARÇON

Paul Vincent de Lestrade

PRIX DU PUBLIC

Court métrage

Festival Premiers Plans Angers (France)

9 FLOW

Gints Zilbalodis

PRIX DU JURY / PRIX DE LA FONDATION

GAN / PRIX DU PUBLIC / PRIX DE LA

MEILLEURE MUSIQUE

Long métrage animation

Festival d'Annecy

FLOW

Gints Zilbalodis

MEILLEUR FILM D'ANIMATION

Long métrage animation

European Film Awards (Allemagne)

FLOW

Gints Zilbalodis

GRAND PRIX

Long métrage animation

Animation Is Festival film (USA)

FLOW

Gints Zilbalodis

MEILLEUR MONTAGE/GRAND PRIX DU JURY/

PRIX PUERTA AMERICA

Long métrage animation

Festival du film européen de Séville (Espagne)

FLOW

Gints Zilbalodis

GRAND PRIX DU LONG MÉTRAGE

D'ANIMATION

Long métrage animation

Festival international d'animation d'Ottawa

FLOW

Gints Zilbalodis

BEST INTERNATIONAL ANIMATED FILM

Long métrage animation

Festival international de Guadalajara

10 SIROCCO ET LE ROYAUME DES COURANTS D'AIR

Benoît Chieux

PRIX LONG MÉTRAGE D'ANIMATION

Long métrage animation

Festival international du film francophone de

Tübingen/Stuttgart

SIROCCO ET LE ROYAUME DES COURANTS D'AIR

Benoît Chieux

GRAND PRIX

Long métrage animation

Festival international du film d'animation

d'Hiroshima (Japon)

SIROCCO ET LE ROYAUME DES COURANTS D'AIR

Benoît Chieux

PRIX D'EXCELLENCE

Long métrage animation

TAAF (Japon)

SIROCCO ET LE ROYAUME DES COURANTS D'AIR

Benoît Chieux

PRIX COCOMICS DE LA MUSIQUE

Long métrage animation

BIAF (Corée du Sud)

11 MON ENFANT NE MANGE PAS

Patrice Goldberg & Cyril Fleury

MEILLEUR SCÉNARIO

Matière Grise

Documentaire

Festival international de Noida

12 SYNDROMES ÉTRANGES

Patrice Goldberg & Cyril Fleury

PRIX SPÉCIAL DU JURY

Matière Grise

Documentaire

Festival international de Noida





MON ENFANT NE MANGE PAS

Patrice Goldberg & Cyril Fleury
MEILLEURE RÉALISATION
 Matière Grise
Documentaire
 Indian World Film Festival

SYNDROMES ÉTRANGES

Patrice Goldberg & Cyril Fleury
PRIX SPÉCIAL DU JURY
 Matière Grise
Documentaire
 Indian World Film Festival

MON ENFANT NE MANGE PAS

Patrice Goldberg & Cyril Fleury
MEILLEURE DÉMARCHE SCIENTIFIQUE
 Matière Grise
Documentaire
 Festival Sciences-Réunion

MON ENFANT NE MANGE PAS

Patrice Goldberg & Cyril Fleury
MEILLEUR SCÉNARIO
 Matière Grise
Documentaire
 D. Phalke International Film Festival

MON ENFANT NE MANGE PAS

Patrice Goldberg & Cyril Fleury
MEILLEURE RÉALISATION
 Matière Grise
Documentaire
 Shorts Film Festival de Bangalore

SYNDROMES ÉTRANGES

Patrice Goldberg & Cyril Fleury
SILVER AWARD
 Matière Grise
Documentaire
 US International Awards à Los Angeles

MON ENFANT NE MANGE PAS

Patrice Goldberg & Cyril Fleury
MEILLEUR MONTAGE
 Matière Grise
Documentaire
 International Film Festival de Calcutta

SYNDROMES ÉTRANGES

Patrice Goldberg & Cyril Fleury
PRIX SPÉCIAL DU JURY
 Matière Grise
Documentaire
 International Film Festival de Calcutta

MON ENFANT NE MANGE PAS

Patrice Goldberg & Cyril Fleury
MEILLEURE RÉALISATION
 Matière Grise
Documentaire
 Indian Cine Film Festival de Mumbai

SYNDROMES ÉTRANGES

Patrice Goldberg & Cyril Fleury
PRIX SPÉCIAL DU JURY
 Matière Grise
Documentaire
 Indian Cine Film Festival de Mumbai

13 PARASOMNIES

Patrice Goldberg & Cyril Fleury
MEILLEURE RÉALISATION
 Matière Grise
Documentaire
 Short Film Festival de Delhi

MON ENFANT NE MANGE PAS

Patrice Goldberg & Cyril Fleury
PRIX SPÉCIAL DU JURY
 Matière Grise
Documentaire
 Short Film Festival de Delhi

12



MATIÈRE GRISE

Quand on est touché par une maladie vraiment bizarre...

MATIÈRE GRISE

Parasomnies : les troubles méconnus du sommeil

13



PARASOMNIES

Patrice Goldberg & Cyril Fleury

MEILLEUR MONTAGE

Matière Grise

Documentaire

Short International Festival Mumbai

MON ENFANT NE MANGE PAS

Patrice Goldberg & Cyril Fleury

PRIX SPÉCIAL DU JURY

Matière Grise

Documentaire

Short International Festival Mumbai

LA PETITE PRISON DANS LA PRAIRIE

Jean-Benoit Ugeux

PRIX DU MEILLEUR DOC BELGE

Documentaire

Millenium (BE)

LE RÊVE DE FANNY

Jean-Christophe Yu

MENTION SPÉCIALE DANS LA CATÉGORIE

MEILLEUR DOC BLEGE

Documentaire

Millenium (BE)

THE FLATS

Alessandra Celesia

LE PRIX CATÉGORIE COMPÉTITION INTERNATIONALE

Documentaire

CPH Docs Copenhagen (DK)

14 SOUNDTRACK TO A COUP D'ÉTAT

Johan Grimonprez

PRIX SPÉCIAL DE L'INNOVATION

Documentaire

Sundance (USA)

SOUNDTRACK TO A COUP D'ÉTAT

Johan Grimonprez

BEST BELGIAN DOCUMENTARY

Documentaire

Docville (BE)

15 RISING UP AT NIGHT

Nelson Makengo

LA COMPÉTITION INTERNATIONALE :

PRIX SPÉCIAL DU JURY

Documentaire

Visions du réel (CH)

16 LES MIENNES

Samira El Bouzghibati

PRIX DE LA CRITIQUE INTERNATIONALE

(PREMIER FILM) ET PRIX ZONTA

(PREMIER FILM)

Documentaire

Visions du réel (CH)

17 SAUVE QUI PEUT

Alexe Poukine

MENTION SPÉCIALE

Documentaire

Visions du réel (CH)

LE BALAI LIBÉRÉ

Coline Grando

PRIX SCAM 2023 DU DOCUMENTAIRE

AUDIOVISUEL

Documentaire

Festival international du film d'Education

18 SŒURS DE COMBAT

Henri de Gerlache

PRIX VERT COMME L'ESPOIR

Documentaire

Festival international du Film Ecologique et

Social

MÊME PAS PEUR

Michael Antoine et Jean-Simon Gérard

MEILLEUR DOCUMENTAIRE FRANCOPHONE

Documentaire

Deauville Green Awards





SAUVE QUI PEUT

Alexe Poukine
**GRAND PRIX DE LA COMPÉTITION
 NATIONALE & PRIX DU PUBLIC**
Documentaire
 BRIFF

LES MIENNES

Samira El Bouzghibati
PRIX DU MEILLEUR MONTAGE
Documentaire
 BRIFF

19 THE FLATS

Alessandra Celesia
**LE BEST DOCUMENTARY IN BELFAST LE PRIX
 DU DOCUMENTAIRE IRLANDAIS PULL FOCUS**
Documentaire
 Festival Docs Ireland

20 NENETS VS GAS

Sergio Ghizzardi
**PRIX AMNESTY INTERNATIONAL ITALIE DU
 MEILLEUR DOCUMENTAIRE**
Documentaire
 Siciliambiente Film festival 2024

LE RÊVE DE FANNY

Jean-Christophe Yu
**MEILLEUR FILM DOCUMENTAIRE DANS LA
 CATÉGORIE FILMS D'EUROPE**
Documentaire
 Festival international du Film de Bretagne

21 OPÉRATION MOÏSE

Angélique Stassin
MEILLEUR DOCUMENTAIRE
Documentaire
 Waterloo Historical Film Festival

L'AMAZONE - MA MÈRE, CETTE GUERRIÈRE

Emilie Maréchal et Camille Meynard
PRIX LE PARIS D'AGNÈS
Documentaire
 Festival international du Film Francophone
 (Namur)

22 DESSINER POUR RÉSISTER

Alaa Amer et Alisar Hasan
MENTION SPÉCIALE
Documentaire
 Prix Europa (prix des télévisions de service
 public)

LES MIENNES

Samira El Bouzghibati
PRIX ULYSSE DECIPRO
Documentaire
 Festival Cinémed à Montpellier

DGAZ RUSSE, LA DERNIÈRE ROUTE DES NENETS

Sergio Ghizzardi
PRIX HÉRISSON D'OR
Documentaire
 Festival nature et environnement de Grenoble

UNE DES MILLE COLLINES

Bernard Bellefroid
NOMINATION
Documentaire
 Grand Prix International URTI du Documentaire
 d'Auteur

23 VIZOREK RACONTE BREL

Hugues Jossa
**NOMINATION CATÉGORIE FRANCOPHONIE
 DU NORD**
Documentaire
 Lauriers de l'audiovisuel

SOUNDTRACK TO A COUP D'ETAT

Johan Grimonprez
**MEILLEUR MONTAGE - MEILLEUR SCÉNARIO -
 PRIX ABC NEWS VIDEOSOURCE**
Documentaire
 IDA Documentary Awards



R

regard belge

réfèrent

révéler des talents

réconforter





CRÉATEUR
DE
**LIENS
SOCIAUX**
POUR TOUTES
ET TOUS



Pour répondre à l'évolution de la société et aux défis du numérique, la RTBF transforme son organisation. Pour y arriver, elle s'appuie sur le savoir-faire, les ressources créatives et motivées de ses équipes. Chaque jour, en Wallonie et à Bruxelles, elles sont là pour animer les liens qui existent entre elles et vous.

LIENS INTERNES



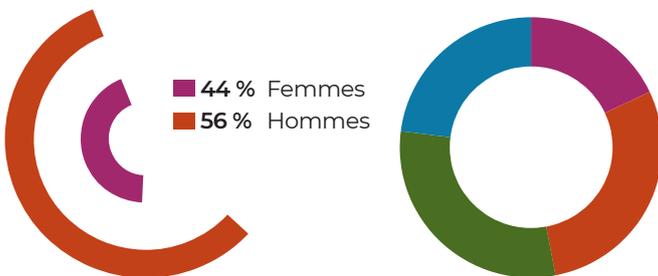
La formation et l'animation des liens internes.

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

3 axes

1. **Développer** la formation numérique
2. **Instaurer** une culture du partage des connaissances et de l'apprentissage permanent
3. **Améliorer** « l'expérience apprenant » dans tous les éléments de formations, qu'ils soient synchrones, asynchrones, distanciels ou présentiels.

Ses missions, méthodes et moyens sont décrits dans une Charte pédagogique.

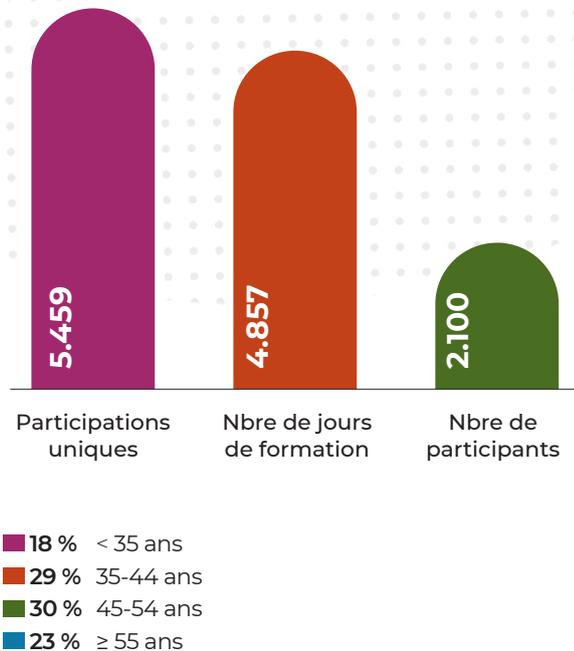


La formation numérique en plein essor

Pour répondre à cette évolution, la RTBF Academy renforce ses compétences dans



Formation : données globales 2024



la création d'*e-learning*s, tutos, éléments de formations asynchrones, *rapid learning*...



Sauter la barrière du digital

L'univers numérique est omniprésent dans notre vie professionnelle et personnelle. Pour accompagner les personnes qui se sentent dépassées, une formation est proposée pour utiliser les outils numériques de manière sereine et sécurisée.

260

PERSONNES,
12 SESSIONS

Les Midis de l'IA

Des rencontres sur le temps de midi sont ouvertes à l'ensemble du personnel pour comprendre les technologies de l'IA, ses champs d'utilisation, les opportunités mais aussi les risques d'erreurs et de biais qu'elles peuvent véhiculer.

Les collaborateurs et collaboratrices au cœur des communications internes...

Au début de l'année, la RTBF a lancé sa campagne d'image employeur pour mettre en avant les titulaires de jobs visibles ou moins visibles.

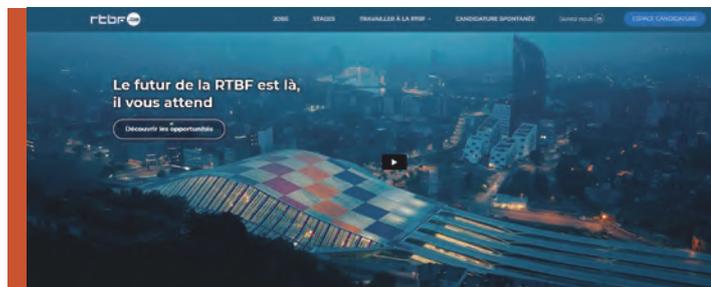


La communication interne s'est inspirée de cette campagne pour réaliser des capsules vidéo montrant celles et ceux qui travaillent sur les projets internes et les émissions. L'objectif était de susciter l'adhésion et de renforcer le sentiment d'appartenance à la RTBF.

... une campagne multimédia pour promouvoir la RTBF comme employeur attractif sur le marché du travail.

L'équipe Recrutement au sein des Ressources humaines a déployé plusieurs initiatives pour renforcer l'image employeur de la RTBF.

- > Une refonte complète du site emploi avec une navigation plus fluide



- > Un spot vidéo pour illustrer la grande variété des emplois et des talents
- > 10 capsules vidéo présentant les parcours et les fonctions de collaborateur·rices
- > Des campagnes ciblées sur les réseaux sociaux pour accroître la visibilité des offres de jobs et de stages
- > Renforcement de la page LinkedIn



INNOVATION

Favoriser la synergie entre acteurs de l'innovation

Le Hub Innovation rassemble des membres de divers départements et s'appuie sur un vaste réseau de partenaires, nationaux et internationaux. Le Hub vise à encourager l'émergence de projets novateurs et à établir des partenariats en matière d'innovation.

Future Media Hubs

Cogéré avec la VRT, ce réseau favorise l'innovation, le partage de connaissances et le développement de projets collaboratifs entre acteurs publics et privés.



+50

MÉDIAS

16 PAYS EUROPÉENS, ET DES PARTENAIRES EN AUSTRALIE, AU BRÉSIL ET AU CANADA

53

RÉUNIONS

5

HUBS THÉMATIQUES

(NEWS, STARTUPS, NOUVELLES GÉNÉRATIONS, NOUVELLES TECHNOLOGIES ET GAMING)

19

ÉVÉNEMENTS DANS 17 VILLES

18

STARTUPS SOUTENUES

50

ARTICLES PUBLIÉS (PROJETS ET TENDANCES)

Intelligence artificielle (IA)

L'intégration de l'IA pour améliorer la production, la distribution et l'accessibilité des contenus s'est accélérée, également au niveau des processus internes. Cette montée en puissance est encadrée par une gouvernance garantissant une supervision humaine.





Grâce à l'automatisation du taggage et à la transcription, les systèmes de recommandation à destination des publics ont été enrichis. Lors des élections communales, l'IA a soutenu la génération de plusieurs centaines d'articles, rendant disponibles les résultats électoraux pour chaque commune de Wallonie et de Bruxelles.

120 K

CONTENUS AUDIOVISUELS

Partenariat avec les acteurs de la recherche et de l'enseignement supérieur

Avec la Haute École Albert Jacquard, UCLouvain, Bouké et Bencode : organisation d'un hackathon de formation à la datavisualisation dans des formats d'information.

Partenariats avec les écoles et centres de formation



À NAMUR



La collaboration initiée en 2022 en vue du futur Pôle Média Namur se poursuit autour de 3 axes prioritaires :

- > Éducation aux médias : atelier scolaire « Initiation à la gestion de la haine sur les médias sociaux »
- > Synergies d'intérêt public : coproduction de contenus dans un dispositif média mutualisé à l'occasion des Fêtes de Wallonie ainsi qu'à l'occasion des élections communales
- > Synergies territoriales : accueil du parcours d'art KIKK in TOWN



Parallèlement, un programme de formation interne  accompagne cette transition technologique entre autres avec les Médias Francophones Publics (MFP).

Wake ! By Digital Wallonia



La RTBF a renforcé son engagement au sein du comité de pilotage de WAKE!, contribuant activement avec les opérateurs du secteur à l'élaboration de stratégies pour promouvoir la créativité numérique en Wallonie. Elle a également soutenu l'initiative en accueillant des activités de WAKE! au sein de ses infrastructures, facilitant ainsi les échanges et les collaborations entre les acteurs du secteur.

Projet « Découvrabilité » du plan de relance NextGenEU

La RTBF joue un rôle de coordination du projet mené au sein d'un écosystème diversifié avec le Groupe Rossel, IPM Group et Digital Station. Ce partenariat vise à élaborer des outils numériques innovants pour accroître la visibilité des contenus et des services proposés par les opérateurs culturels et médiatiques en FWB. La seconde phase a permis de concrétiser un prototype fonctionnel, intégrant les briques technologiques essentielles à son déploiement.

L'incubateur d'espaces publics a dévoilé ses premiers concepts novateurs pour améliorer les conversations numériques et encourager la participation citoyenne.

L'initiative vise à encourager des conversations ouvertes et stimuler le débat public, essentiel à l'exercice de la démocratie.



Collaborations avec les acteurs de la mise à l'emploi

Avec le FOREM

- > Initiation d'une fonctionnalité permettant la communication entre les plateformes RH des deux organisations, et ainsi la publication automatique des offres d'emploi RTBF sur le site du FOREM. Elle a été utilisée par d'autres acteurs de service public (ex. : TEC).

Avec le hub technologique A6K

- > Participation à l'évènement « OPEN DAY E6K ft. A6K » d'initiation aux STEAM et aux métiers du numérique.

Le 7 mai des solutions possibles ont été présentées, après un an de test avec des utilisateurs et utilisatrices en Belgique, au Canada, en Allemagne et en Suisse.

+100

PROTOTYPES TESTÉS

+200

PARTIES IMPLIQUÉES

Le 27 mai 2024, à l'occasion de *re:publica 2024 Berlin* une table ronde a réuni les partenaires pour discuter de la progression.



2

Il est possible – et nécessaire – de créer plus de conversations publiques constructives en ligne, et les médias de service public sont parfaitement placés pour jouer un rôle clé sur ce plan.

Eli Pariser, codirecteur, New_ Public

Le 9 octobre les partenaires ² (CBC//Radio Canada, RTBF, SRG SSR, ZDF) ont annoncé la prolongation pour deux ans, soit jusqu'en 2027, de l'incubateur d'espaces publics et l'entrée dans le partenariat de l'Australian Broadcasting Corporation (ABC) ainsi que de l'ARD allemande.



La RTBF a rejoint Public Media Alliance ³ pour collaborer sur l'impact des médias de service public

L'alliance, à l'échelle mondiale, aborde les défis communs auxquels sont confrontés les médias publics et permet aux membres de partager leurs connaissances et leurs meilleures pratiques.

3



LES SITES



Des sites ancrés dans la vie locale.

Chaque site a pour ambition d'être un partenaire de la vie locale par le biais de la formation, du soutien aux activités sociales, culturelles et économiques.

Média Sambre

À Charleroi, aux côtés des émissions phares comme *Le Jardin Extraordinaire*, *C'est du Belge*, *Rocky & Lily...* de nombreuses activités sont organisées autour de l'éducation aux médias, de la formation continue, avec les partenaires locaux.

- > Rencontre du consortium des industries culturelles et créatives wallonnes **1**
- > Avec Casa Kafka **2**, visite par 50 entrepreneurs wallons des coulisses des métiers du média
- > Formations communes sur le bon usage de Chat GPT **3** entre les équipes de la RTBF et de TéléSambre
- > Présentation du processus de création et production d'un court métrage d'animation à des élèves de 5^e et 6^e primaire **4**
- > Rencontre entre le CSA, régulateur de l'audiovisuel et des jeunes en formation pour un échange riche d'enseignements pour les deux parties **5**
- > Tous les mois, l'*Afterworks de la Kafet* **6**, invite le grand public à une conférence-débat sur les enjeux des médias.





**Média
Namur**

L'actualité de la province de Namur, du Brabant wallon et du Luxembourg est suivie par les équipes de Namur, de même que la rédaction et la production des sujets et des articles du rendez-vous quotidien *On n'est pas des pigeons*.

La collaboration avec les médias publics se vit sur le terrain, dans le partage des studios et d'images avec une mutualisation des moyens pour les JT. Par exemple pour les *Fêtes de Wallonie* **7** **8** avec Boukè, les *80 ans Bataille des Ardennes* **9** et la *Foire de Libramont* avec TV Lux, et la soirée électorale communale avec Boukè, TV Lux et TV com. Chaque semaine, leurs actualités sont reprises dans la Matinale de Viva Namur.

En collaboration avec l'équipe du Pôle Média Namur, le site a participé au parcours d'artistes du Kikk festival **10**, véritable référence en matière de nouvelles technologies et de cultures numériques.





1



2



3



4



5



Média Rives

La production a été très dense avec *The Danser*, *Kody en roue libre*, *Le Grand Cactus*, *le bêtisier*, *IXpé48h* 1, l'Euro de foot 2 et le débat électoral avec les jeunes *Les 109*. Mais aussi la production de l'ensemble des contenus des *Niouzz*, le magazine *Les Ambassadeurs*, et *Investigation*.

Regards échangés 3, un défilé pour briser les tabous autour du handicap

En collaboration avec les écoles de stylisme, de coiffure, et les boutiques liégeoises, ce défilé a réuni des personnes en situation de handicap et des personnes valides.

40

MANNEQUINS

+ 600

PERSONNES
ASBL ALTÉO,
RÉGIONALE DE LIÈGE

Opéra bouffe 4

Le 16 avril, dans le grand studio, la gastronomie et l'opéra se sont associés pour offrir une soirée exceptionnelle au profit des œuvres de la région liégeoise.

Les épreuves de journalistes 5

Fin novembre sur plus de 200 candidatures, 100 ont été retenues pour passer les épreuves de journalistes Radio-TV-Web-RS.

Collaborations avec les écosystèmes

Un partenariat autour de la première édition du *Prix du Mémoire en Transformation digitale* organisée par le Digital Lab HEC Liège-Ulège, une initiative inter-universitaire, coorganisée par les cinq business schools en FWB et mise en place par Digital Wallonia.

26

« Maisons du Tourisme de Wallonie »
Une journée d'échanges et d'ateliers en lien avec *Les Ambassadeurs* dont la mission est de faire découvrir le patrimoine.

REPRÉSENTANTS

+ 800 H
DE PRODUCTION
AUDIO

+ 250 H
DE PRODUCTION
AUDIO & VIDÉO

+ 100
PARTENARIATS
LOCAUX/AN



Média Ouest

L'année a été marquée par le doublé des 20 ans, ceux de VivaCité et de Classic 21 avec leurs studios **6** à Media Ouest, sans oublier les 5 ans de Viva+ !

Une célébration qui s'est étendue au fil des mois, avec la venue de Patrick Bruel **7** **11** pour Vivacité et de Jean-Louis Aubert **8** pour Classic.

La rédaction a également été sur tous les fronts pour la couverture des élections **9** avec des décrochages matinaux dans les principales communes hennuyères et, comme le veut la tradition sur différents sites de la RTBF, un petit déjeuner des bourgmestres le matin de l'installation des conseils communaux.

Une période marquée également par deux chantiers majeurs : l'installation du pylône de VivaCité (situé auparavant sur le bâtiment du Gouvernement provincial) sur le toit de Media Ouest et le chantier de rénovation des loges **10** de l'auditorium Abel Dubois.





11
NOUVEAUX
VÉHICULES
INFOMOB



**Média
Move**

Au sein des équipes Techno, l'apprentissage se fait par le partage des connaissances des uns aux autres. L'équipe support et maintenance **1** a ainsi encadré le perfectionnement des magasiniers dans les domaines liés à la fibre optique, la vidéo et le son.

Pour faire face à la pénurie de certaines pièces, renforcer notre autonomie, limiter les coûts et, d'une certaine manière, gérer l'obsolescence, les équipes ont appris à recréer les pièces manquantes **2** grâce aux impressions 3D et aux technologies laser.

C'est du site de Rhisnes que partent les véhicules pour assurer les productions sur les sites RTBF ou pour les captations et les tournages. La mutualisation du matériel, la qualité et le suivi du charroi sont essentiels pour réaliser au mieux ce travail.

Pour répondre aux besoins de la production, affiner les coûts de la production propre, de nouveaux outils de captation ont été développés avec des solutions de déploiement plus léger (QR, Concours Reine Élisabeth,...).

950

TRANSPORTS

+350

JOURS D'UTILISATION
DE NOS RÉGIES

Parmi les projets d'intégration techniques, la livraison des *InfoMob* **3** a mobilisé les équipes d'ingénieurs, de techniciens et de câbleurs pendant quatre mois. Des véhicules qui permettent aux équipes de l'info de réaliser les reportages sur le terrain et par-delà de renforcer la proximité de la RTBF auprès de son public.



Média Square

Média Square **4** **5** est destiné à être le nouveau siège social et le centre de production de la RTBF à Bruxelles.

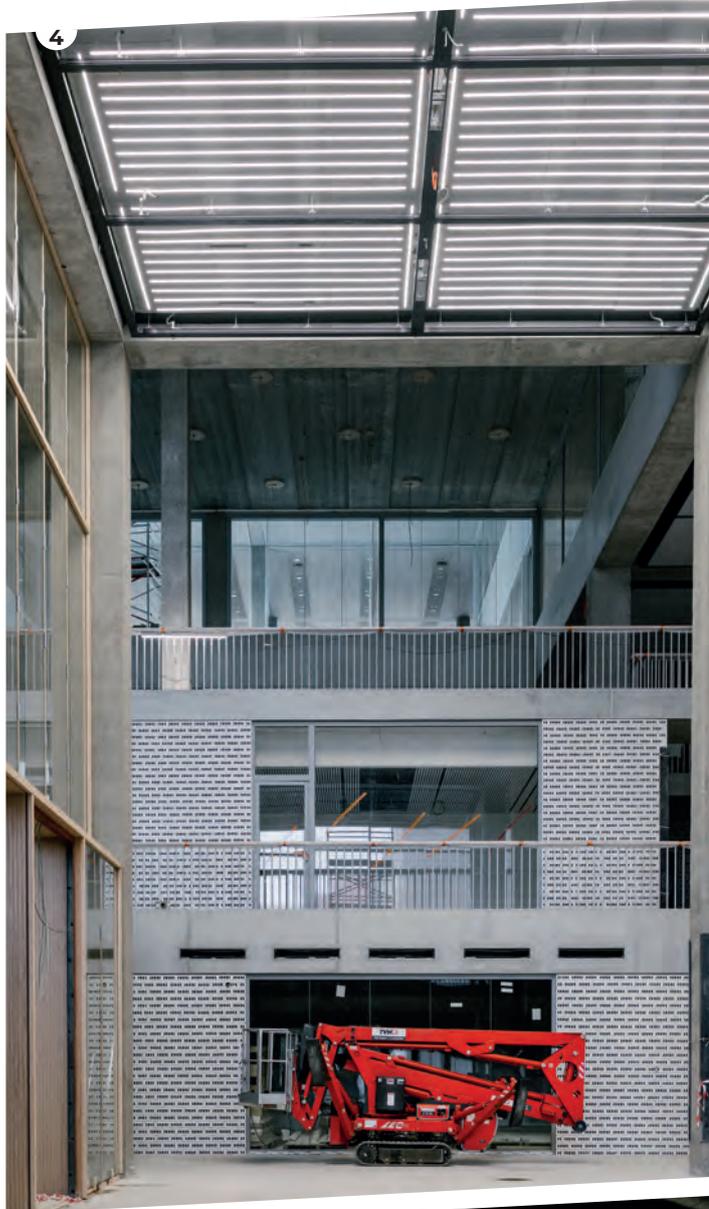
Bien plus qu'un bâtiment moderne et transparent, c'est une nouvelle façon de concevoir le travail et la production audiovisuelle.

Ce nouveau pôle audiovisuel s'appuie sur des technologies de pointe. Avec ses 18 studios de production interconnectés, Média Square offre un cadre de travail agile et performant. La mutualisation des équipements permet d'optimiser les ressources et d'accélérer la production de contenus, tout en garantissant un confort optimal aux équipes.

Pensé dans une démarche durable, le bâtiment intègre également des espaces végétalisés, une meilleure gestion énergétique et des infrastructures favorisant la mobilité douce, avec des parkings adaptés aux vélos et aux voitures électriques.

Plus qu'un simple déménagement, Média Square représente un changement profond dans la manière de travailler, d'innover et d'interagir avec les publics. Ce lieu a été imaginé avec eux, pour répondre aux nouveaux défis des médias et offrir aux professionnels un environnement inspirant et collaboratif.

Avec cette transformation, l'objectif est clair : créer un espace dynamique, où créativité et efficacité se conjuguent pour réinventer l'avenir du paysage audiovisuel belge francophone.



ENTRE NOUS

Cultiver le lien de confiance

Dans un paysage médiatique en constante évolution, la qualité de la relation avec l'ensemble de ses publics est plus que jamais essentielle pour la RTBF. Par le biais de la médiation et des contenus dédiés à l'éducation aux médias, la RTBF s'engage en faveur d'un dialogue ouvert et transparent.

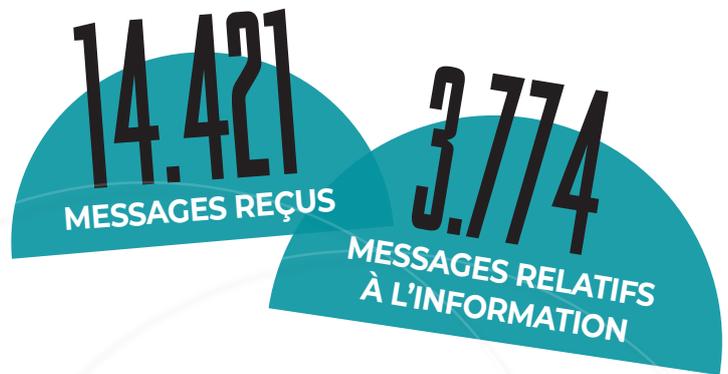
Les missions du service de médiation et de relation avec les publics en 5 grands axes.

1. Encourager une culture du public en interne
2. Accueillir les publics à la RTBF
3. Construire des dispositifs d'échanges approfondis
4. Éditorialiser l'échange avec les publics
5. Rapporter et faire circuler

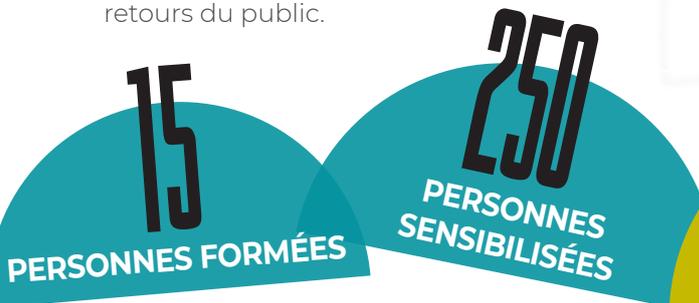
L'espace **CONTACT** sur le site **RTBF.be** est désormais l'unique point d'entrée pour trouver une réponse à sa question, le formulaire d'inscription à une activité ou une émission de la RTBF.

L'interface a été lancée le 6 mai avec à bord les équipes d'Auvio et de la Médiation, suivies par les équipes de RTBF Actus et de l'Info, qui sont également très concernées par les retours du public.

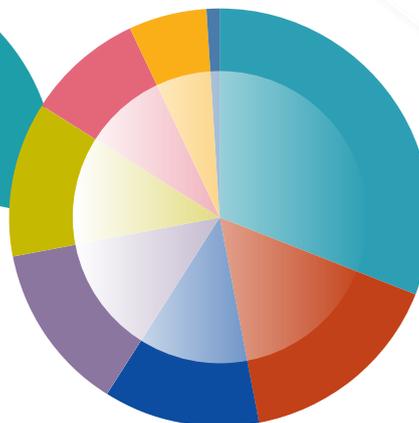
Une première analyse concernant ce nouvel espace Contact montre une satisfaction de la part du public. Des ajustements restent nécessaires, comme l'amélioration du délai des réponses.



Les questions liées à l'utilisation de nos plateformes Auvio et RTBF Actus viennent en priorité, arrivent ensuite les réactions sur les contenus d'informations, les choix éditoriaux, la qualité des interventions, le pluralisme et la compétence des invités.



Depuis son lancement, ce nouvel espace unique a permis d'améliorer la fluidité et l'efficacité du traitement des demandes du public. C'est aussi une source d'enseignements utiles pour les équipes internes, dans leur lien avec les publics.



En dehors de l'information, le public réagit pour les catégories suivantes :

- 36,6 % Sports
- 15,7 % Culture et musique
- 12,6 % Fictions
- 12,0 % Divertissement
- 11,6 % Société
- 9,4 % Documentaire
- 5,5 % Services
- 0,6 % Jeunesse

Total de 1480



300
INSIDERS

Les activités *Inside* sont des activités d'éducation aux médias. L'objectif est de favoriser le développement de l'esprit critique dans l'utilisation et les relations avec les médias. Pour accompagner le groupe en visite, aux côtés des guides dédiés, des internes sont également sollicités, les « insiders » pour présenter leur métier et répondre aux questions.

Ces activités sont ouvertes à tous à partir de 8 ans. Les groupes viennent principalement du monde scolaire mais le milieu associatif, les groupes de seniors, les hautes écoles et universités font aussi partie de groupes de visiteurs réguliers.

12.289
PERSONNES
(BRUXELLES ET LIÈGE)

Des événements tels que la *Semaine de l'éducation aux médias*, *La semaine du numérique*, *le Safer Internet Day*, *La Fête des droits de l'enfant* ou encore l'action européenne *Leave your mark's – Countering fake-news and hate speech online*, auxquels la RTBF apporte son soutien, participent également à cette sensibilisation à une utilisation avertie des médias.

Qu'est-ce que l'éducation aux médias ?

En lien avec ses missions de service public, la RTBF a pour vocation de « faire société », de faire sens et de créer du lien. L'ambition est de « *décoder les médias afin de développer l'esprit critique, l'émancipation individuelle et la cohésion sociale, d'accompagner les publics en quête de repères notamment dans l'univers numérique et d'encourager leur participation* » (point 11 CG).

Pour cela, un ensemble de contenus sont prévus et diffusés dans les formats adaptés aux différents publics. Ils le sont de manière transversale (ex. : dans un JT) ou à travers un contenu dédié tel que *l'Internet show*



ou *D-Nomade*, ou lors de chroniques récurrentes dans des émissions thématiques comme *Tendances Première*, *Entrez sans frapper* ou *On n'a pas fini d'en parler*.



Les contenus d'information qui décryptent les médias ou le traitement médiatique de l'actualité participent également à cette approche comme *Inside*, *Décode/Faky*, *Matin Première*, *Déclic/Le monde en direct*, *JT/JP*, *QR*, *Les Niouzz*, *Mise à jour* et *Izi News/TarmActu*.

Luana t'explique !
de Les Niouzz
Playlist · 29 vidéos · 1 998 vues

Tout lire

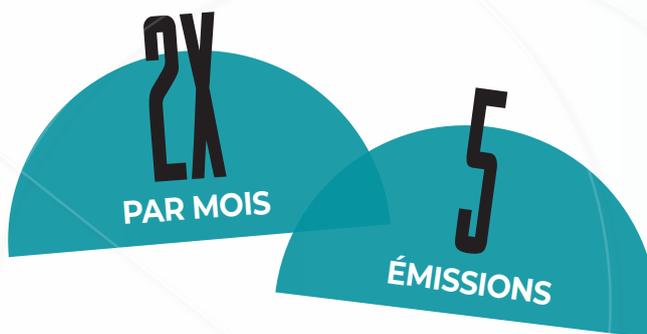
Les *Niouzz* diffusent des contenus pour expliquer et accompagner les plus jeunes dans l'univers médiatique connecté avec *Luana t'explique*.

Lors de leur venue dans les écoles, les enfants ont participé aux séquences diffusées dans *On n'a pas fini d'en parler*.



Nouveautés 2024 :

- > Le rendez-vous télé *Pause Média*
- > *Les Clés* : une classe de 5^e ou 6^e assiste à l'émission à la RTBF, participe à l'enregistrement sur un thème sélectionné par et avec la classe (ex. : la place de l'IA à l'école)



- > Les podcasts *Hors ligne* (8 épisodes) et *Good Game*, ou encore *AVenir* (passé, présent et avenir du jeu vidéo - 2 numéros).





La RTBF collabore étroitement et depuis toujours avec les acteurs de l'éducation aux médias et noue régulièrement des partenariats avec les organisations nationales ou internationales actives dans le domaine de l'éducation aux Médias, comme le CSEM, l'UNESCO, l'UER, Media Animation, les médias de proximité et Presse.be (le

Rallye des médias), l'AJP (Journalistes en classe), l'ULB (D-Nomade et le Certificat interdisciplinaire en EM), la VUB (*Difference day*), l'UCL, l'IHECS, le Mundaneum, l'ASBL Badge (Fête des droits de l'enfant), l'ASBL La Loupiotte, la FWB (SGNE – e-classe), Enabel et Amnesty International (Questions vives)...



Ca coule, ça coule sous l'eau. L. Marchand fait la différence.

La RTBF se démarque une nouvelle fois

La RTBF a une fois de plus affirmé son engagement envers l'accessibilité pour tous et toutes, en permettant à chacun de suivre une large variété de contenus sur ses différentes plateformes.

16.028
HEURES S-T

C'est Tipik qui remporte le trophée par une importante diffusion des épreuves olympiques sous-titrées en direct pour les personnes malentendantes !

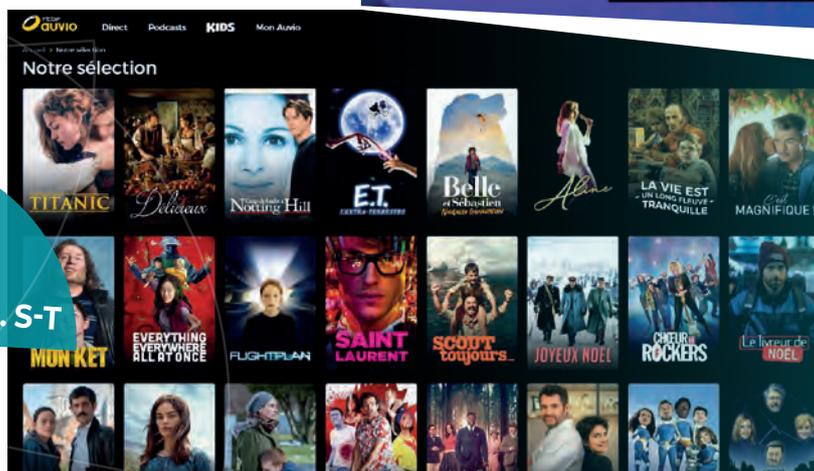
Nombre d'heures de programmes sous-titrés, par chaîne.

■ 6.226 h. La Une ■ 7.068 h. Tipik ■ 2.734 h. La Trois



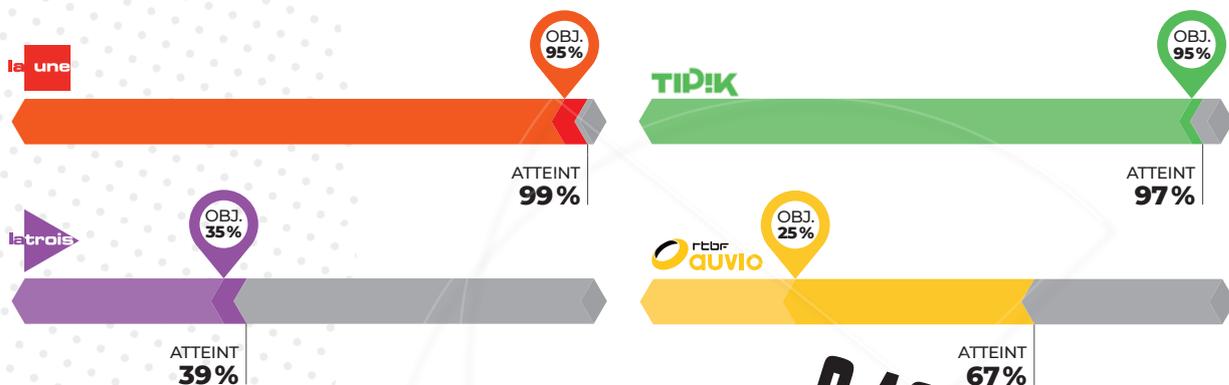
rtbf
aUVIO

8.558
HEURES DE PROGR. S-T





La RTBF : bien au-delà de ses engagements en matière de sous-titrage



Un large éventail de programmes en langue des signes.



Des émissions phares telles que le JT de 19h30, le journal pour enfants *Les Niouzz*, les messages royaux.

Pour la soirée CAP48, une personne sourde interprétait les parties musicales, et l'émission pouvait être suivie via la vignette avec les interprètes sur La Une ou en direct sur Auvio dans sa version plus classique pour avoir les deux.



Une plateforme digitale accessible au plus grand nombre

En direct, il a été possible de suivre l'intégralité des après-midis et soirées électorales des 9 juin et 13 octobre 2024 interprétées en langue des signes.



De 15h à 23h, ils se sont relayés pour assurer l'accessibilité de ces événements exceptionnels !



Une année record pour l'audio description en 2024



1.740H
AD DE PROGRAMMES ACCESSIBLES

Le numéro un de l'audio description ouvre grand l'accès aux fictions et documentaires pour les malvoyants !

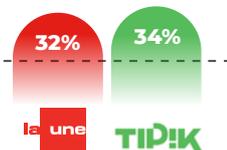


L'audio description en un seul clic !

1.475
FICTIONS EN AUDIO DESCRIPTION

Des avancées majeures pour l'audio description

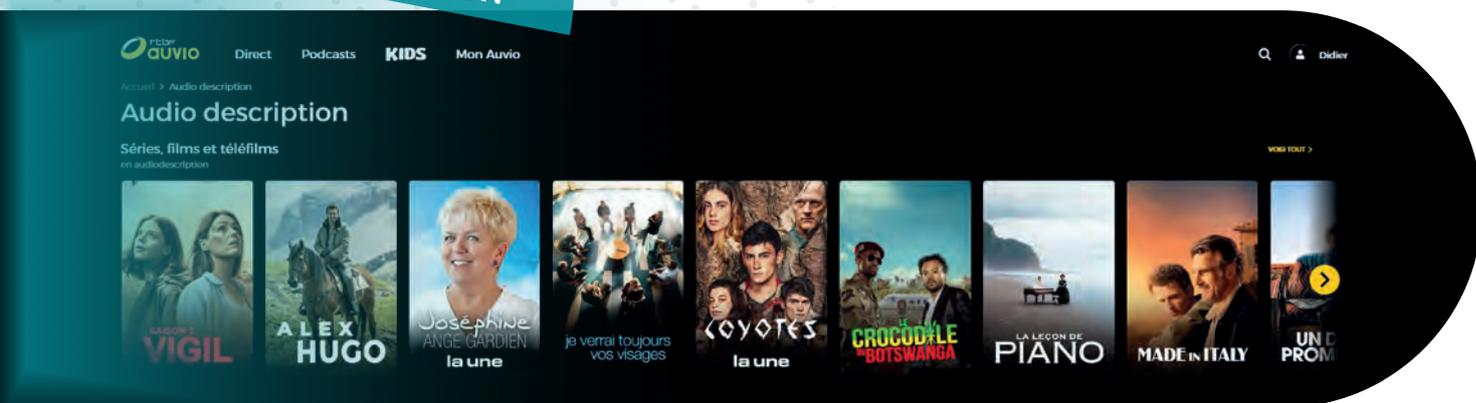
La Une et Tipik survolent l'exigence des 25 % en audio description.



La Trois se distingue avec 22,03% de ses programmes de fictions et documentaires en audio description.



Sur Auvio, seules les 748 heures de nouveaux contenus sont comptabilisées, soit 8,7 % des contenus en audio description.



Un nouvel onglet « Audiodescription » a été ajouté pour accéder directement à l'ensemble de l'offre en audio description.



Un large choix de films et téléfilms accessibles aux personnes malvoyantes.

Des diffusions exceptionnelles en audio description

Drag Race S2, *Fort Boyard* mais aussi en collaboration avec la Fondation ASA, tous les matchs des Diables Rouges avec notamment la finale du 14 juillet 2024.



AD)))

Scannez et profitez !

Un code QR a été créé pour faciliter l'accès aux contenus en audio description. En le scannant avec un smartphone, l'application propose tous les programmes accessibles en AD.

