

COMMUNIQUE DE PRESSE – 27/08/2025

RMB et RTBF : la publicité TV désormais accessible en sous-titrage et en audiodescription

RMB et la RTBF ouvrent une nouvelle voie pour rendre la publicité accessible à toutes et tous : pour la 1ère fois en Belgique, les publicités diffusées sur les chaînes de la RTBF pourront être proposées en version sous-titrée et en audiodescription. Grâce à un développement technique conjoint de la régie et de son partenaire média, les annonceurs disposent désormais de la possibilité d'adapter leurs campagnes pour les personnes malvoyantes et malentendantes, élargissant ainsi la portée de leurs messages.

Une innovation technologique au service de l'accessibilité

Depuis plusieurs années, une partie des programmes audiovisuels diffusés sur les chaînes publiques et privées belges intègrent déjà le sous-titrage et l'audiodescription, conformément au décret « SMA » et au règlement du CSA de 2019 sur l'accessibilité des programmes pour les personnes en déficience sensorielle. Jusqu'ici, les contenus publicitaires échappent cependant aux obligations légales d'accessibilité. D'autre part, du côté RMB et RTBF, la diffusion des spots TV en sous-titrage et en audiodescription restait jusqu'à présent techniquement impossible.

Sous l'impulsion de sa régie publicitaire RMB, engagée en faveur d'une publicité plus responsable, la RTBF a adapté son infrastructure de diffusion afin de permettre la mise à l'antenne de spots sous-titrés et audiodécris. En parallèle, RMB a fait évoluer ses outils de gestion publicitaire afin de prendre en charge ces formats spécifiques. Cette avancée technique marque une étape importante vers un marché publicitaire plus attentif à l'accessibilité et à la diversité des publics.

RMB et RTBF, moteurs d'une publicité pensée pour tous les publics

Certains annonceurs internationaux, notamment en France, sont déjà tenus de produire des spots sous-titrés et audiodécris pour répondre aux obligations légales d'accessibilité des publicités sur leur territoire. En Belgique, l'absence de réglementation avait pour conséquence de favoriser le statu quo en la matière, tant du côté des annonceurs que de celui des éditeurs et des régies. La démarche proactive de RMB et de la RTBF constitue une première nationale qui invite l'ensemble des acteurs du marché à éléver leurs standards et à accélérer la mise à disposition de contenus publicitaires sous-titrés et audiodécris.

Cette évolution s'inscrit dans la continuité d'une première expérience menée en mars 2025 avec la Ligue Braille et Proximus. Lors de ces campagnes inédites, des spots TV avaient été audiodécris pour tous les téléspectateurs, suscitant une forte adhésion et démontrant le rôle clé que la publicité peut jouer dans l'inclusion des personnes déficientes sensorielles.

Un accompagnement concret pour les annonceurs

Pour soutenir cette transition, RMB a formé ses équipes aux enjeux techniques et créatifs de l'accessibilité publicitaire. L'objectif est d'accompagner au mieux les annonceurs désireux de rendre leurs campagnes inclusives et de répondre aux attentes de publics trop longtemps exclus de l'expérience publicitaire.

Valérie Janssens, Media, Data & Tech Director chez RMB : « *C'est lors d'une campagne de la Ligue Braille que nous avons pris conscience de l'exclusion ressentie par les personnes déficientes sensorielles face aux publicités. Il nous est apparu essentiel d'agir. La Direction Technologique de la RTBF en a également été convaincue. Grâce à la collaboration étroite avec la RTBF, la publicité est désormais accessible à tous sur ses chaînes. Nous espérons que les annonceurs intégreront pleinement cette dimension dans leurs futures créations.* »

Pour toute question supplémentaire, vous pouvez contacter :

- Valérie Janssens, Media, Data & Tech Director chez RMB : v.janssens@rmb.be