COMMUNIQUE DE PRESSE – 10/11/2026

RMB et Dreamwall s'allient pour une publicité TV plus inclusive

Dans la continuité de ses initiatives visant à sensibiliser le public et les annonceurs à l'importance de l'accessibilité des contenus audiovisuels, RMB annonce un partenariat stratégique avec Dreamwall. Avec ce nouveau partenariat, RMB entend accélérer le déploiement de l'audiodescription et du sous-titrage adaptés aux personnes sourdes et malentendantes dans les publicités TV.

Rendre la publicité TV accessible à tous

Aujourd'hui, près de 12 % des Belges présentent un déficit visuel ou auditif significatif, limitant leur accès aux contenus audiovisuels. Face à ce constat, RMB, en collaboration avec la RTBF, a engagé en 2025 les développements techniques nécessaires pour rendre la publicité TV plus inclusive.

Depuis lors, l'engagement de RMB en faveur de l'accessibilité des contenus s'est poursuivi à travers plusieurs initiatives de sensibilisation, parmi lesquelles la coproduction et la diffusion du documentaire Jour Blanc. Celui-ci retrace le parcours de deux amis skieurs, l'un malvoyant et l'autre guide, qui se lancent le défi de se qualifier pour les Jeux Paralympiques de Milan-Cortina. Dreamwall a réalisé sans frais le sous-titrage et l'audiodescription du film dont l'avant-première s'est déroulée le 8 octobre 2026 à l'UGC De Brouckère devant un public B2B composé d'annonceurs, de partenaires médias, de représentants du secteur associatif et de la presse.

Par ailleurs, malgré les avancées réglementaires, notamment l'European Accessibility Act (directive européenne sur l'accessibilité), la prise en compte de ces enjeux d'accessibilité reste encore limitée dans le secteur publicitaire. Une analyse menée par RMB sur 47.000 spots vidéo diffusés sur les chaînes de son portefeuille révèle que seuls 25% d'entre eux sont aujourd'hui adaptables aux standards d'accessibilité. Cette analyse repose sur trois critères : la durée du spot (minimum 15 secondes), la part de voix (maximum 70%) et le débit de parole

(maximum 150 mots par minute). Un constat qui souligne la nécessité d'intégrer les exigences d'accessibilité dès la conception des campagnes.

Dreamwall, un partenaire expert de l'accessibilité audiovisuelle

Pour accompagner le marché dans cette transformation, dans la foulée de la diffusion du documentaire Jour Blanc, RMB s'associe à Dreamwall. Le studio de production belge est spécialisé dans la création et la réalisation de contenus audiovisuels et numériques, et développe également une expertise reconnue en matière d'accessibilité.

À travers son entité Access-Dreamwall, l'entreprise est spécialisée dans le sous-titrage pour les personnes sourdes et malentendantes, l'audiodescription et la transcription de contenus audiovisuels. Elle prend en charge l'ensemble de la chaîne de production, de l'identification des contenus à adapter jusqu'au contrôle qualité et à la synchronisation avec les diffusions, notamment pour la RTBF.

Sous l'impulsion de RMB, Dreamwall s'est formée ces derniers mois aux spécificités de l'accessibilité appliquée à la publicité. Elle devient ainsi le premier acteur belge à proposer ces services dédiés aux spots publicitaires.

Ce partenariat exclusif permet désormais de proposer ces solutions à l'ensemble des annonceurs souhaitant intégrer des standards d'accessibilité dans leurs campagnes TV, qu'ils soient clients de RMB ou d'autres régies.

Une ambition commune au service d'une publicité plus inclusive

Thibault Baras, Media Solutions Manager chez Dreamwall : *« Chez Dreamwall, notre expertise en accessibilité audiovisuelle dépasse désormais largement le cadre médiatique traditionnel. Au-delà de notre rôle de référent en Belgique francophone, nous plaçons l'inclusion sociétale au cœur d'une stratégie de développement ambitieuse. Ce partenariat avec RMB est une étape naturelle de notre mission afin de placer chaque spectateur citoyen, quel qu'il soit, sur un strict pied d'égalité face à l'ensemble des contenus diffusés. »*

Valérie Janssens, Media, Data & Tech Director chez RMB : *« Notre ambition est de positionner RMB comme une régie responsable, en développant des services innovants qui contribuent à faire de la durabilité un pilier de notre modèle économique. En prenant le leadership sur ces enjeux d'accessibilité, nous accompagnons les annonceurs dans leur volonté d'inclure tous les publics. Ce partenariat avec Dreamwall illustre également notre vision d'un écosystème*

collaboratif, capable de conjuguer impact sociétal positif et création de valeur économique, tout en soutenant une expertise locale. »

Un service accessible à tous les annonceurs, dès aujourd'hui

Les annonceurs souhaitant adapter leurs spots vidéo en audiodescription et sous-titrage peuvent faire appel dès à présent à RMB qui commercialise ce service au prix forfaitaire de 1.500 EUR.

*****

Pour toute question concernant l'adaptation des spots aux critères d'accessibilité, vous pouvez contacter :

- Anne De Kerchove, CSR Expert chez RMB : a.dekerchove@rmb.be