

Avant toute chose, je voudrais remercier les jeunes pour leur travail

Ils ne s'engagent pas uniquement pour le climat, ils apportent leurs contributions

Cette note du Vlaamse Jeugd Raad et du forum des jeunes est une réelle opportunité pour les médias, comme le Rtbf.

Elle va nous permettre une réflexion sur la manière de traiter les sujets concernant le climat

Le document va certainement circuler dans la rédaction.

Les jeunes sont demandeurs d'informations, donnons leurs ! Mais des informations CLAIRES, JUSTES ET ETAYÉES c'est le rôle d'un média de service public

Face à l'abondance des informations, les jeunes sont perdus, je les comprends nous aussi parfois

1/ Comment s'assurer que les journalistes soient correctement formé.e.s ? Une stratégie est-elle mise en place à la Rtbf ?

Vous avez raison de poser cette question.

Aujourd'hui couvrir les sujets liés au climat dépasse largement la sphère scientifique

La notion est devenue transversale au sein même de la rédaction

Le « climat » est aujourd'hui traité par tous les journalistes, ceux des cellules société, économique, internationale politique et même sportive.

Le climat est une priorité éditoriale au sein de la Rtbf (à la fois sur le linéaire et le digital)

Mais ce ne fut pas toujours le cas, il y a quelques années il était considéré comme une matière, à part, une matière purement scientifique.

La notion du « climat » est devenue très large, et il est difficile d'être bien informé sur tous les domaines

Un groupe « climat » s'est constitué au sein de la rédaction, cela nous permet de nous informer les uns les autres, d'échanger car dans ce groupe il y a différents profils

Par cet échange, nous pouvons déjà améliorer nos connaissances

En tant que journalistes, nous sommes aussi amenés à participer à des colloques, des journées d'informations organisés par exemple par les universités, ce sont également de bonnes sources d'informations

Et puis, nous avons aussi une démarche pro-active personnelle, c'est une formation en continu.

Questionner, chercher et recouper fait partie de notre Adn.

2/ A côté des sujets environnementaux, est-ce que la Rtbf développe une stratégie au niveau de la publicité dans les médias ?

Les écrans publicitaires sont sur tous les médias de la Rtbf.

C'est en fait la RMB qui est chargée de valider « les matériels », le contenu publicitaires

L'info n'intervient pas sur les contenus publicitaires. Il y a des parois étanches entre ce qui est dans l'info et ce qui est dans la publicité

Ce sont deux circuits séparés et donc parfois on peut avoir des incohérences, traiter un sujet climatique et avoir une publicités pour un SUV

Un article « Inside » a été écrit sur le sujet

Rtbf.be/info/Inside

3/ Existe-t-il une volonté d'agir en plus de celle de communiquer ?

Notre travail n'est pas de communiquer mais d'informer

Il n'est pas non plus de convaincre.

Nous devons guider

Relater , donner des faits de façon transparente

Aujourd'hui nous devons informer aussi bien les jeunes convaincus, engagés que les autres qui sont « climato-indifférents » et ce pour différentes raisons.

Tout le monde n'est pas embarqué , de la même manière , dans cette lutte .

Nous devons refléter le monde complexe dans lequel on vit.

Ce qui nous amène parfois à diffuser un sujet sur l'urgence climatique et sur les vols spatiaux de milliardaires.

Mais l'angle de l'impact sur le climat, sur l'environnement est de plus en plus abordé au même titre que l'impact économique ou social.

Une réflexion s'est aussi engagée sur cette question « Comment émettre moins de CO2 dans notre travail ? »

La BBC par exemple vise la neutralité carbone pour 2030. La société de Radio-TV britannique a mis au point un outil en ligne gratuit qui permet de calculer l'impact environnemental d'une production TV

Et nous,

Pour trouver un bilan carbone de la Rtbf, il faut remonter à 2013

Les activités de l'ensemble de la Rtbf produisaient au total 50.306 tonnes de gaz à effet de serre par an , soit l'équivalent de la consommation annuelle d'énergie de 8234 ménages

Dans ce calcul, tout était pris en compte, l'énergie, les bâtiments, les achats, les déplacements

Suite à cela, des plans d'actions ont été mis en place : fini les gobelets en plastique à usage unique, utilisation de récipients réutilisables, le tri des poubelles

On a vu arriver des véhicules électriques dans le charroi

Les vélos ont aussi fait leur apparition comme véhicule de reportage mais ce n'est pas toujours facile avec le matériel

Et les déplacements des journalistes ?

En raison du Covid et non du climat, les équipes de tournages ont moins bougé et cela a créé des nouvelles pratiques comme la réalisation des interviews par vidéoconférences, on mutualise beaucoup plus les reportages réalisés par les différentes chaînes publiques mais il faudra toujours aller au contact de la réalité pour faire son métier de journaliste

Mettre en balance l'empreinte carbone et l'intérêt éditorial est un exercice difficile

Dans le futur bâtiment, la dimension environnementale a été prise en compte, les consommations énergétiques seront divisées par deux

4/ Avez-vous le sentiment que le public commence à se lasser ?

Il y a une réflexion permanente et une large place accordée aux sujets concernant le climat et l'environnement mais il faut rester audible.

On ne peut pas toujours évoquer un fait à travers le prisme du climat ou de la pollution même il faut le faire le plus souvent

Et il y a une évolution en la matière

Exemple : l'allongement de la piste de l'aéroport de Charleroi en octobre dernier, on s'est posé la question si c'était opportun et cohérent pour une Wallonie qui a un programme ambitieux de réduction d'émission de gaz à effet de serre, il y a 8 ans lors de l'inauguration de nouveau terminal, personne n'évoquait l'enjeu environnemental

Mais il faut varier les angles au risque de tomber dans le militantisme qui est difficilement compatible avec le journalisme