

COMMUNIQUE DE PRESSE – 08/10/2026

***JOUR BLANC* : RMB projette l’inclusion sur grand écran**

Ce 8 octobre 2026, RMB organise à l’UGC De Brouckère l’avant-première de *JOUR BLANC*, un documentaire d’Alexandre de Terwangne consacré au parcours de Maximilien Seeger et Jérémy Mestdagh. Deux amis d’enfance, un athlète malvoyant et son guide, réunis par un pari : se qualifier pour les Jeux Paralympiques d’hiver en ski alpin. Coproduit par RMB avec le soutien de CAP48 et Handicap International, le film prolonge l’engagement de la régie en faveur de représentations plus inclusives dans les médias. Après cette avant-première, *JOUR BLANC* sera diffusé sur les chaînes de la RTBF et sur sa plateforme Auvio.

Une avant-première pour changer de regard

Ce jeudi 8 octobre, de 18h30 à 21h00, RMB réunira à l’UGC De Brouckère un public B2B composé d’annonceurs, de partenaires médias, de représentants du secteur associatif et de la presse pour découvrir *JOUR BLANC* en avant-première. La projection se déroulera en présence de Maximilien Seeger, de son guide et ami Jérémy Mestdagh, ainsi que du réalisateur Alexandre de Terwangne. Plus qu’une projection, RMB a souhaité faire de cette soirée un moment de rencontre et de sensibilisation autour d’une conviction : les médias ont un rôle essentiel à jouer dans la représentation de la diversité et l’inclusion de tous les publics.

Deux amis, une voix, un même cap

Coproduit par RMB, avec la participation de CAP48 et Handicap International, *JOUR BLANC* suit Maximilien et Jérémy, deux amis d’enfance lancés dans un projet de qualification pour les Jeux Paralympiques d’hiver de Cortina. Atteint d’une déficience visuelle, Maximilien skie en se fiant aux indications de Jérémy, son guide : sur les pistes, la performance devient ainsi une affaire de confiance absolue. Le handicap n’est jamais traité comme un sujet en soi, mais comme un contexte de vie avec lequel il faut composer. Sans misérabilisme, le documentaire raconte avant tout une histoire d’amitié, d’engagement et de dépassement de soi.

BLUE passe derrière la caméra

La coproduction de *JOUR BLANC* constitue une nouvelle traduction concrète des ambitions de RMB en termes de durabilité. Sous l’ombrelle *BLUE*, la régie mène diverses actions pour accompagner les annonceurs engagés et faire de la publicité un levier de transition durable. Avec *JOUR BLANC*, RMB prolonge sa démarche au-delà du cadre strictement publicitaire : elle soutient un récit, à fort impact sociétal, qui aide à faire émerger des représentations plus justes et plus inclusives.

Chez RMB, les initiatives à visée durable s’inscrivent dans une suite logique. Une partie du financement de *JOUR BLANC* provient ainsi de *BLUE*. Le dispositif à destination des annonceurs prévoit, en effet, qu’une part des investissements réalisés dans les campagnes à objectif durable menées avec RMB soit réinvestie dans des projets contribuant à l’un des 17 Objectifs de Développement Durable de l’ONU.

Valérie Janssens, Director Media, Data & Tech chez RMB : « *12% de la population belge souffre d’une déficience visuelle ou auditive significative. Cette réalité reste insuffisamment connue. La participation de RMB à la production de JOUR BLANC est une nouvelle opportunité de populariser les questions d’accessibilité dans la sphère des médias et de la publicité, cette fois par le prisme du récit* ».

Du grand écran au grand public

Deux partenaires se sont mobilisés pour donner une dimension supplémentaire à l’avant-première. UGC Belgium met gracieusement à disposition une salle de l’UGC De Brouckère, tandis que Dreamwall a réalisé sans frais le sous-titrage et l’audiodescription du documentaire. La projection sera suivie d’un échange avec Maximilien et Jérémy, puis d’une réflexion menée avec RMB, la RTBF et Dreamwall autour de l’accessibilité de la publicité et, plus largement, des contenus médias. Le sujet sera notamment développé avec l’expérience d’un extrait de match de football vécu en direct et en audiodescription.

Après cette avant-première, *JOUR BLANC* ira à la rencontre du grand public : le documentaire sera diffusé le 9 octobre à 18h45 sur Tipik, puis le 10 octobre à 11h20 sur La Une, avant de rester disponible pendant un an sur Auvio.

Quand le contexte donne encore plus de force au contenu

Avec *JOUR BLANC*, RMB illustre concrètement plusieurs des forces distinctives des marques média en régie, mises en lumière lors de son événement « OH. Connection is ON » du 17 septembre dernier.

Par son récit d’amitié, de confiance et de dépassement, le documentaire crée *un environnement émotionnel de qualité*. Projeté en avant-première à l’UGC puis diffusé sur les médias de la RTBF, il transforme une histoire individuelle en *expérience collective*, propice aux échanges et à la réflexion. Sa diffusion lui permet également de rencontrer *des audiences premium*, caractérisées par leur attention et leur engagement. Enfin, en donnant



à voir le parcours de deux sportifs belges, ainsi qu'une réalité encore insuffisamment représentée dans les médias, *JOUR BLANC* bénéficie d'une forte pertinence culturelle. Autant de dimensions qui montrent comment la qualité du contenu et celle de son contexte de diffusion peuvent se renforcer mutuellement.

Pour toute question supplémentaire, vous pouvez contacter :

- Valérie Janssens, Media, Data & Tech Director chez RMB : v.janssens@rmb.be
- Anne De Kerchove, CSR Expert chez RMB : a.dekerchove@rmb.be

