



Le Tournant

RADIO FRANCE ENGAGE UN TOURNANT ENVIRONNEMENTAL

La crise climatique fait l'objet d'un consensus scientifique international solide depuis plus de vingt ans, documenté par le GIEC dans ses rapports successifs. Plus personne ne peut en ignorer les conséquences graves et concrètes sur l'environnement, l'économie et la vie humaine. Beaucoup a été fait pour parler des enjeux environnementaux sur nos antennes et faire de Radio France un média de service public écologiquement responsable. Pourtant, face à l'ampleur de l'urgence climatique, nous sommes résolus à aller plus loin. Radio France engage un tournant environnemental.

EN TANT QUE MÉDIA :

- 1 Nous nous tenons résolument du côté de la science**, en sortant du champ du débat la crise climatique, son existence comme son origine humaine. Elle est un fait scientifique établi, pas une opinion parmi d'autres.
- 2 Nous fournirons une information de confiance sur les effets de la crise climatique** en France et dans le monde, en nous fondant sur des données vérifiées et en utilisant un vocabulaire qui reflète la réalité de cette crise, sans la minorer.
- 3 Nous éclairerons la transition écologique.** Nous ferons vivre sur nos antennes un espace public contradictoire et civilisé sur les choix auxquels nous sommes confrontés. Nous contribuerons à faire connaître les innovations et les solutions, des comportements individuels les plus quotidiens aux changements économiques les plus structurants, veillant ainsi à ne pas nourrir un découragement climatique mais à donner à chacun les clés pour comprendre, débattre et agir.

POUR CELA :

- 4 Les antennes de Radio France font de la crise climatique un axe éditorial majeur.** Il se déclinera dans nos programmes et nos tranches d'information, au quotidien et dans des spéciales. Nous maintiendrons également un volume conséquent d'émissions et de chroniques dédiées. Un accès thématique facile à ces programmes sera disponible en permanence sur le site et l'application Radio France.
- 5 Radio France lance le plus grand plan de formation de son histoire à destination de ses journalistes, ses producteurs et équipes de production, et ses animateurs, sur les questions climatiques et scientifiques.** Nous changeons de philosophie : l'environnement et la science ne seront pas l'affaire des seuls journalistes spécialisés, ils constitueront le socle de connaissances indispensables mobilisables par toutes nos équipes éditoriales.
- 6 Nous accélérons notre transition vers une publicité plus responsable en visant l'exclusion progressive des produits et services les plus polluants.** Nous augmenterons de 15 % par an le volume de publicités consacrées aux produits, services et entreprises responsables, mesuré par un organisme extérieur. Nous élargissons notamment le nombre d'espaces publicitaires offerts aux organisations engagées dans la transition (+ 20 % d'espaces « transition en commun »).
- 7 Nous faisons de notre sobriété numérique une priorité.** La radio est un média par construction sobre, nous avons néanmoins conscience du défi que présentent les usages numériques. Une équipe dédiée à la sobriété énergétique optimise le code de nos produits et leurs utilisations. Nous nouerons un dialogue avec les acteurs du numérique pour réduire le bilan carbone lié au stockage et à la diffusion de nos contenus.

EN TANT QU'ENTREPRISE :

- 8 Nous adoptons un plan de sobriété énergétique immédiat** (notamment : limitation des températures de chauffage et de climatisation suivant les recommandations officielles, extinction des éclairages non indispensables, etc.).
- 9 Nous nous engageons à baisser de 40 % notre bilan carbone d'ici 2030.**
- 10 Nous serons transparents sur nos progrès en rendant régulièrement compte de l'avancement de nos objectifs.**

Le Tournant