



PERSBERICHT – 27/11/2025

RMB lanceert eerste “Blue Brand”-blok met ENGIE

RMB stelt “Blue Brand” voor: een nieuw reclameplatform exclusief voor merken met een uitgesproken engagement op het vlak van duurzaamheid. ENGIE is de eerste adverteerder die deze ruimte invult, met een campagne rond de energiescore in zijn Smart App. Dit is een tool die consumenten helpt bewuster om te gaan met energie. De campagne is gestart op 10 november op RTBF, AB3 en LN24 en markeert de lancering van bluepub.be, het nieuwe platform voor het grote publiek dat gewijd is aan duurzame spots die worden uitgezonden via de mediabedrijven die bij RMB onder contract staan.

Zichtbaarheid in een unieke, onderscheidende omgeving

Met “Blue Brand” zet RMB zijn ambitie voort: van reclame een versneller van de transitie maken. In het verlengde van duurzame initiatieven zoals “Blue Minutes” biedt het platform de meest verantwoordelijke adverteerders een premium uitzendkader, dat een zichtbaarheid garandeert die in overeenstemming is met hun ecologische, maatschappelijke of economische engagementen.

Via specifieke ruimtes, voorzien van het label “Blue Brand” en geïntegreerd in de reclameblokken, brengt dit platform merken samen die reclame niet alleen zien als een commercieel middel, maar ook als een hefboom voor impact. Het doel: inspireren en aanmoedigen tot verantwoordelijker consumptiegedrag.

Gaetano Palermo, Head of Brand Advertising and Media bij ENGIE: *“De context speelt een fundamentele rol in de perceptie, aandacht en herinnering. Met dit Blue-blok creëert RMB een betekenisvolle omgeving die de inspanningen van merken in de energietransitie benadrukt. Het is een combinatie van maatschappelijke verantwoordelijkheid en marketingimpact.”*

ENGIE lanceert het “Blue Brand”-systeem met de Energiescore

RMB SA/NV

10, avenue Jules Cockx – Bte 12, Etage 2 - 1160 Bruxelles ; 02/730.44.11



ENGIE bijt de spits af met een campagne die de Energiescore in de Smart App in de kijker zet. Deze functie helpt gebruikers hun verbruik te monitoren, hun energievoetafdruk te verkleinen en tegelijk te besparen. De campagne is te zien vanaf 10 november op de tv-zenders van RTBF (La Une & Tipik), AB3 en LN24. Met de lancering van dit baanbrekende initiatief bewijst ENGIE dat reclame niet alleen kan informeren, maar ook het bewustzijn kan triggeren... en tegelijkertijd de energierekening kan verlagen.

Hélène Rousseau, Connection Advisor bij Space: *"Het was voor ons essentieel om de ENGIE-campagne binnen Blue Brand te plaatsen. Deze omgeving weerspiegelt perfect het engagement van het merk voor de energietransitie. ENGIE is bovendien het eerste merk in België dat in dit medium investeert, een pionierskeuze die zijn innovatieve communicatiestrategie onderstreept. Door voor dit platform te kiezen, wilden we ervoor zorgen dat de boodschap van ENGIE resoneert in een context die juist, coherent en betekenisvol is voor het publiek."*

Lancering van bluepub.be: de impact buiten het scherm vergroten

Om de impact verder te vergroten, lanceert RMB www.bluepub.be. Dit platform verzamelt alle duurzame campagnes die via "Blue Brand"-blokken worden uitgezonden.

Dit platform is een echte ontdekkingsruimte waar consumenten zich kunnen verdiepen in de engagementen van adverteerders die zich bekommeren om de duurzame transitie. ENGIE is met zijn campagne over de Energiescore de eerste ambassadeur en luidt officieel deze digitale etalage van engagement in.

Voor meer info, contacteer:

- Anne De Kerchove, CSR Expert bij RMB: a.dekerchove@rmb.be
- Grégory Vandenschrick, Sales Director bij RMB: g.vandenschrick@rmb.be
- Arnaud Peltyn, Head Of Trading bij RMB: a.peltyn@rmb.be