

COMMUNIQUE DE PRESSE – 27/11/2025

RMB lance le premier écran TV « Blue Brand » avec ENGIE

RMB inaugure son dispositif publicitaire « Blue Brand », réservé aux marques à l'engagement durable affirmé. Premier annonceur à prendre la parole dans ce nouvel espace : ENGIE, avec une campagne dédiée au Score Energie de sa Smart App, pour encourager des choix énergétiques plus responsables. Diffusée depuis le 10 novembre sur les chaînes TV de la RTBF, AB3 et LN24, cette campagne marque également l'ouverture de bluepub.be, la nouvelle plateforme grand public dédiée aux spots à vocation durable relayés via les marques média en régie chez RMB.

Une visibilité dans un cadre distinctif unique

Avec « Blue Brand », RMB poursuit son ambition : faire de la publicité un accélérateur de transition. Dans la continuité des initiatives durables telles que « Blue Minutes », le dispositif offre aux annonceurs les plus responsables un cadre de diffusion premium, garantissant une visibilité cohérente avec leurs engagements environnementaux, sociétaux ou économiques.

Via des espaces dédiés, estampillés « Blue Brand » et intégrés aux écrans publicitaires, cette vitrine fédère des marques qui voient dans la publicité non pas seulement un simple vecteur commercial, mais aussi un levier d'impact. L'objectif : inspirer et encourager des comportements de consommation plus responsables.

Gaetano Palermo, Head of Brand Advertising and Media chez ENGIE : *"Le contexte joue un rôle fondamental dans la perception, l'attention et la mémorisation. Avec cet écran Blue, RMB crée un contexte plus performant, mais surtout un contexte qui a du sens. Celui de mettre en avant les efforts des marques dans la transition énergétique. Il combine responsabilité sociétale et performance marketing".*

ENGIE inaugure le dispositif « Blue Brand » avec le Score Energie

Première campagne diffusée dans un écran « Blue Brand », celle d'ENGIE met en lumière le Score Energie intégré à la Smart App. Ce nouvel outil aide les consommateurs à piloter leur

consommation, à réduire leur empreinte énergétique et à réaliser des économies durables. La campagne est visible depuis le 10 novembre sur les chaînes TV de la RTBF (La Une & Tipik), AB3 et LN24. En ouvrant ce dispositif pionnier, ENGIE démontre qu'un message publicitaire peut aussi éclairer les consciences... tout en réduisant la facture.

Hélène Rousseau, Connection Advisor chez Space : *« Diffuser la campagne ENGIE au sein du Blue Brand nous tenait vraiment à cœur. C'est un environnement qui reflète pleinement l'esprit de la marque et son engagement en faveur de la transition énergétique. ENGIE est d'ailleurs la toute première marque à investir ce dispositif en Belgique, un choix pionnier qui la distingue clairement de ses concurrents et confirme sa volonté d'innover dans la façon de communiquer. En choisissant cet écrin, nous voulions que le message d'ENGIE résonne dans un contexte juste, cohérent et porteur de sens pour le public. »*

Lancement de bluepub.be : prolonger l'impact au-delà de l'écran

Pour amplifier la portée des messages publicitaires, RMB lance bluepub.be, une plateforme grand public qui rassemble les campagnes à vocation durable diffusées dans les écrans « Blue Brand ».

Véritable espace d'exploration, cette plateforme permet aux consommateurs de découvrir en profondeur les engagements des annonceurs préoccupés par la transition durable. ENGIE, avec sa campagne sur le Score Energie, en est le premier ambassadeur et inaugure officiellement cette vitrine digitale de l'engagement.

Pour toute question supplémentaire, vous pouvez contacter :

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