

COMMUNIQUE DE PRESSE – 24/11/2025

RMB inaugure les Blue Minutes avec les Petits Riens

RMB signe la première campagne issue de son initiative de publicité solidaire ‘Blue Minutes’ avec la diffusion d’un spot radio pour *Les Petits Riens*. Grâce au soutien de Colruyt et Keytrade Bank, deux annonceurs qui ont choisi de céder une partie de leur budget publicitaire, la campagne a pu se dérouler sur l’ensemble des radios en régie. Une première opération qui démontre que la publicité peut, elle aussi, devenir un levier d’entraide et de transition durable.

Un concept solidaire pour amplifier les voix qui comptent

Lancée fin septembre 2025, l’initiative Blue Minutes s’inspire du principe des « cafés suspendus » : chaque annonceur peut céder une partie de son espace publicitaire à une association qui œuvre pour un monde plus durable et solidaire.

RMB joue le rôle de passerelle entre les marques et le secteur associatif, permettant aux annonceurs d’offrir leur contribution pour donner une meilleure visibilité à des organisations qui agissent en faveur des Objectifs de Développement Durable (ODD) définis par l’ONU.

Une initiative accueillie avec enthousiasme par le marché

RMB se réjouit de l’accueil positif rencontré par les Blue Minutes auprès du marché publicitaire belge. Les annonceurs voient dans ce dispositif une manière concrète et inspirante de participer à la transition durable tout en soutenant des acteurs du changement. Cette 1ère réalisation confirme la pertinence d’un modèle qui place la solidarité au cœur du message publicitaire.

Les Petits Riens trouvent écho grâce aux Blue Minutes

L’association *Les Petits Riens* a eu l’honneur d’ouvrir le bal avec un spot radio de 20 secondes, produit par l’équipe Content de RMB et diffusé sur l’ensemble des radios en régie : RTBF (La Première, VivaCité, Classic 21, Tipik, Musiq’3, Viva+, JAM), NRJ et NRJ+, FUN Radio et LN Radio.



Cette 1ère campagne, diffusée du 27 octobre au 5 novembre 2025, a obtenu de très beaux résultats : une couverture de 41 % auprès de la population francophone 18+ (soit environ 1,6 million d'auditeurs) avec un taux de répétition de 5,5.

La campagne mettait en lumière la mission essentielle des *Petits Riens* : lutter contre la pauvreté et la surconsommation tout en promouvant le réemploi et la solidarité locale. Une belle réussite, à la fois sur le plan médiatique et humain.

Claudia van Innis, Responsable Communication/Marketing des Petits Riens : « L'initiative Blue Minutes de RMB représente une opportunité exceptionnelle pour Les Petits Riens. Comme beaucoup d'organisations sociales, nous faisons face à des enjeux majeurs sans toujours avoir les moyens de les rendre visibles. Ce soutien nous permet de renforcer notre impact et de donner davantage d'écho à une cause qui en a grandement besoin. Nous en sommes profondément reconnaissants. »

Colruyt et Keytrade Bank : deux annonceurs engagés

Cette 1ère opération n'aurait pas été possible sans la généreuse contribution de Colruyt et Keytrade Bank. En cédant une partie de leur budget publicitaire, les deux marques ont permis aux *Petits Riens* de faire entendre leur voix.

RMB remercie chaleureusement ses clients pour leur audace, leur sens du partage et leur engagement sociétal. Leur participation illustre parfaitement l'esprit du projet : des marques conscientes de leur rôle dans la société, qui choisissent d'associer leur communication à un véritable acte de solidarité.

Hélène Thonnart, Marketing Manager chez Colruyt Group : « Chez Colruyt Group, nous entendons faire une différence positive dans le monde. Nous sommes une organisation qui prend ses responsabilités Participer au Blue Minutes nous semblait donc une évidence. Nous saluons cette initiative solidaire et sommes ravis de pouvoir aider Les Petits Riens. La publicité peut-être un incroyable levier d'action, c'est important d'en faire profiter des initiatives sociales. »

Audrey Feyants, Head of Communications chez Keytrade : « Nous sommes ravis d'avoir participé à cette belle initiative de RMB. Cela permet d'apporter une note plus responsable à l'investissement média. Nous espérons que d'autres annonceurs se joindront à nous afin de donner plus de visibilité aux associations. »

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

