



PERSBERICHT – 24/11/2025

RMB lanceert Blue Minutes met Les Petits Riens

RMB lanceert zijn solidaire reclame-initiatief 'Blue Minutes' met een radiospot voor Les Petits Riens. Dankzij Colruyt en Keytrade Bank, die een deel van hun reclamebudget afstonden, liep de campagne op alle radiozenders van RMB. Een concrete actie die bewijst dat reclame een hefboom kan zijn voor solidariteit en duurzaamheid.

Reclameruimte delen voor het goede doel

Blue Minutes werkt volgens het principe van 'cafés suspendus': adverteerders staan een deel van hun zendtijd af aan organisaties die werken aan een duurzamere en solidairdere samenleving.

Dit initiatief werd in september 2025 opgestart. RMB brengt merken en verenigingen samen en geeft zo organisaties die bijdragen aan de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen (SGD's) van de VN meer zichtbaarheid.

Positieve ontvangst bij adverteerders

De Belgische reclamemarkt reageert enthousiast op Blue Minutes. Adverteerders zien het als een concrete manier om bij te dragen aan duurzame transitie én actoren van verandering te ondersteunen. Deze eerste realisatie bevestigt de relevantie van een model dat solidariteit centraal stelt in de reclameboodschap.

Les Petits Riens trapt af met Blue Minutes

Les Petits Riens opende de reeks met een radiospot van 20 seconden, geproduceerd door het Content-team van RMB. De spot liep van 27 oktober tot 5 november 2025 op alle radiozenders: RTBF (La Première, VivaCité, Classic 21, Tipik, Musiq'3, Viva+, JAM), NRJ en NRJ+, FUN Radio en LN R:

Resultaten: 41% bereik t
gemiddelde frequentie v



De campagne zette de missie van Les Petits Riens in de kijker: armoede en overconsumptie bestrijden door hergebruik en lokale solidariteit te stimuleren.

RMB SA/NV

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



Claudia van Innis, hoofd communicatie/marketing bij Les Petits Riens: *"Het Blue Minutes-initiatief van RMB is voor Les Petits Riens een unieke kans. Zoals veel sociale organisaties kampen we met grote uitdagingen, maar missen we vaak de middelen om die zichtbaar te maken. Dankzij deze steun kunnen we onze impact vergroten en meer aandacht vragen voor een doel dat dit écht nodig heeft. Daar zijn we bijzonder dankbaar voor."*

Colruyt en Keytrade Bank maken het mogelijk

Deze eerste actie kwam er dankzij de genereuze bijdrage van Colruyt en Keytrade Bank. Door reclamebudget af te staan, gaven beide merken *Les Petits Riens* een stem.

RMB dankt beide klanten voor hun durf en maatschappelijke betrokkenheid. Hun deelname toont perfect de essentie van Blue Minutes: merken die hun communicatie koppelen aan concrete solidariteit.

Hélène Thonnart, Marketing Manager bij Colruyt Group : *"Bij Colruyt Group willen we écht een verschil maken. Als organisatie nemen we onze verantwoordelijkheid, dus deelnemen aan Blue Minutes was voor ons vanzelfsprekend. We steunen dit solidaire initiatief met plezier en zijn blij dat we Les Petits Riens kunnen helpen. Reclame is een krachtige hefboom voor actie. Sociale projecten verdienen het om daarvan te profiteren."*

Audrey Feyants, Head of Communications bij Keytrade : *"We zijn blij dat we konden meedoen aan dit mooie initiatief van RMB. Het geeft media-investeringen een meer verantwoord karakter. We hopen dat andere adverteerders ons voorbeeld volgen, zodat verenigingen nog meer zichtbaarheid krijgen."*



Voor meer info, neem contact op met:

- 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 chez bij : a.peltyn@rmb.be

