



PERSBERICHT – 10/07/2024

## UGC in regie bij RMB: alle schermen samengebracht!

**Met genoegen maakt RMB bekend dat het bedrijf de regie van de bioscopen van de UGC-groep in België overneemt. Zo hervat RMB één van de belangrijkste activiteiten die in 1985 tot de oprichting van de regie heeft geleid. Dit nieuwe partnership versterkt het 'total video'-aanbod van RMB en biedt UGC de mogelijkheid om een nieuwe dynamiek te creëren in de commerciële exploitatie van zijn bioscoopschermen.**

RMB voegt cinema toe aan zijn toch al lange lijst van mediamerken in portefeuille. Vanaf 1 januari 2025 wordt de regie de commerciële vertegenwoordiger van de UGC-bioscopen in België. RMB streeft zo verder zijn doel na om een zo volledig mogelijk aanbod van reclameoplossingen te verkennen, om te voldoen aan de behoeften van alle adverteerders.

RMB is al goed vertrouwd met het 'grote scherm'. De regie werd in 1985 opgericht door UGC en de RTBF en tot 2001 was cinema één van de belangrijkste activiteiten. Vandaag vindt de terugkeer van dit medium in regie plaats in een uiterst gunstige context, waarbij diversificatie een sleutelbegrip is voor de adverteerders en innovatie een van de belangrijkste leidmotieven is van RMB.

Deze nieuwe samenwerking tussen RMB en de UGC-groep heeft tal van voordelen voor beide partners, maar zal vooral ook mooie kansen bieden aan adverteerders:

- **Een sterker 'total video'-aanbod.** Dankzij deze nieuwe samenwerking breidt RMB zijn 'total video'-aanbod verder uit tot 'zes schermen': smartphone, tablet, pc, tv, DOOH (in partnership met Clear Channel) en, voortaan, het 'grote scherm'. Een diversificatie die het mogelijk maakt om de dekking bij de Belgische bevolking in het algemeen, maar ook bij de jongeren en hogere sociale groepen in het bijzonder beduidend te doen toenemen.
- **Een bijkomende doorbraak in Vlaanderen.** Via de twee UGC-bioscopen in Brussel en de vijf bioscopen in Vlaanderen (Aarschot, Antwerpen, Lommel, Mechelen en Turnhout), kan RMB makkelijker nationale campagnes of campagnes gericht op het Noorden aanbieden. Deze mogelijkheid komt bovenop de aanbiedingen die SLICE,



het content agency verbonden aan RMB, vandaag al uitwerkt met Nederlandstalige medewerkers.

- **Een nieuw podium voor creativiteit.** Cinema is een zeer flexibel medium, zowel qua reclameformat als 'in the field'. Via zijn FLASH- en SLICE-teams wil RMB de creatieve mogelijkheden van het medium optimaal benutten, om zo een nieuwe dynamiek in de UGC-zalen te creëren (events, activation, influencers, enzovoort) en de adverteerderscampagnes maximale weerklank te bieden.
- **Gecontroleerde data-exploitatie.** Bioscoopbezoekers kopen hun tickets tegenwoordig meestal online. Dankzij de expertise van RMB's VIBE-unit wil de regie de exploitatie van data - die via de reservatieplatforms verzameld worden - ontwikkelen en meer segmenten creëren, om zo de consumenten onder de UGC-kijkers beter te targeten.

**Yves Gérard, CEO van RMB:** *"Cinema blijft magisch. Ondanks de vooruitgang van andere communicatiekanalen, blijven het prestige en de impact van cinema intact. We zijn dan ook erg blij om dit premium medium weer in de regie te verwelkomen en zijn UGC dankbaar voor hun vertrouwen in ons. We stellen vast dat cinema weer een prominente plaats in het hart van de bevolking inneemt. Cinema is een medium waarbij delen en gezelligheid een grote rol spelen. Dankzij cinema voegen adverteerders een stukje ziel aan hun merk toe, en dat wordt erg gewaardeerd door de consumenten. In lijn met onze positionering van regie die zich heruitvindt en openheid creëert, willen we het gebruik van cinema door de adverteerders nieuw leven inblazen".*

**Bruno Plantin-Carrenard, COO van UGC Belgium:** *"We zijn blij dat ons aanbod opgenomen wordt in dat van RMB. Deze samenwerking is gebaseerd op het idee om alle schermen, ook de grootste, complementair aan elkaar te kunnen activeren. De bioscoop blijft trouwens een van de weinige plaatsen waar we intense momenten nog 'samen' beleven. Door de emoties die cinema teweegbrengt, is dit medium absoluut complementair aan de media die individueel worden geconsumeerd. Cinema wordt weer populair als vrijetijdsbesteding én als communicatiekanaal, vooral om jonge generaties te bereiken. We geloven sterk in de synergie van elk scherm dat wordt ingezet door RMB's creatieve krachten; de dynamiek van onze respectieve sectoren is een kans die ons wordt geboden om onze visie op de reclamemarkt te bevestigen. Meer dan ooit gaat RMB te werk als een belangrijke nationale en multiscreen-regie op verschillende mediagebieden".*

RMB neemt de UGC-zalen in regie vanaf 1 januari 2025. De eerste commerciële aanbiedingen voor het volgende jaar zijn wel al beschikbaar vanaf oktober 2024.



**Nog vragen? Aarzel niet contact op te nemen met:**

- Yves Gérard, CEO van RMB: [y.gerard@rmb.be](mailto:y.gerard@rmb.be)
- Bruno Plantin-Carrenard, COO van UGC Belgium: [bplantin@ugc.be](mailto:bplantin@ugc.be)