



COMMUNIQUE DE PRESSE – 07/02/2024

## RMB devient la régie de FUN Radio Belgique

**Suite au récent rachat de la radio par le groupe IPM, RMB a été choisie pour devenir la régie publicitaire de FUN Radio Belgique, l'une des chaînes musicales les plus populaires auprès des jeunes auditeurs belges francophones. Cette nouvelle collaboration entre RMB et IPM s'inscrit dans la continuité du solide partenariat déjà établi entre les deux acteurs. Avec l'arrivée de FUN Radio Belgique dans son portefeuille de marques, RMB renforce son incontournable offre commerciale audio & digitale et devient, par la même occasion, la régie leader pour la radio dans le sud du pays.**

IPM, qui collabore depuis longtemps avec RMB, notamment pour la commercialisation des espaces de LN RADIO et de LN24, accorde une nouvelle fois sa confiance à RMB en lui attribuant la gestion des espaces publicitaires audio de FUN Radio.

Les campagnes seront commercialisées par DPG Advertising jusqu'au 31 mars et pourront être diffusées jusqu'au 31 mai 2024. RMB commercialise dès à présent les campagnes diffusées à partir du 1er avril.

Cette alliance entre RMB, IPM et FUN Radio Belgique marque le début d'une nouvelle ère pour le paysage audio belge francophone. Depuis toujours, RMB se distingue par l'énorme potentiel de son inventaire audio, son expertise, sa créativité et ses solutions innovantes proposées aux annonceurs. L'arrivée de FUN Radio dans son portefeuille de marques représente un atout supplémentaire et de nouvelles opportunités de développement.



Selon la dernière étude CIM RAM (1), FUN Radio Belgique est écoutée chaque jour par près de 135.000 auditeurs. Sa part de marché, de 4.3% sur les 12+, grimpe jusqu'à 10.8% sur les 12-34 ans.

FUN Radio rejoignant l'ensemble des autres radios déjà en portefeuille, RMB (2) devient le leader incontesté au sud du pays. D'abord, auprès de l'ensemble 12+, avec une part de marché Total Radio de 45.3%, une 'commercial share' (3) de 52.4% et une audience de près de 1.535.000 auditeurs par jour. Mais aussi auprès des cibles jeunes, notamment grâce à la puissance de NRJ, de Tipik, et maintenant aussi de FUN Radio. Sur les 12-34 ans, le réseau RMB atteint désormais une part de marché Total Radio de 46.9%, une 'commercial share' de 53.8% et un reach de plus de 419.000 auditeurs par jour.

**Yves Gérard, CEO de RMB**, commente : « RMB se réjouit de ce nouveau partenariat avec IPM et FUN Radio. L'audio, auprès des jeunes, reste une activité média essentielle. RMB, avec Tipik et NRJ, renforce définitivement son leadership sur cette cible et offre aux annonceurs la meilleure couverture audio sur les jeunes. FUN Radio est aussi une marque très prometteuse dans ses déclinaisons digitales. Cette nouvelle collaboration avec IPM renforce la fierté de RMB à défendre avec enthousiasme les intérêts audiovisuels du groupe ».

**François le Hodey, CEO d'IPM Group**, souligne : « C'est une excellente nouvelle pour le marché de regrouper à la RMB FUN Radio avec Tipik et NRJ pour former la meilleure offre sur les cibles jeunes. Le pôle audiovisuel d'IPM se renforce et nous allons apporter à la station nos expertises pour ses développements digitaux ».

**Grégory Finn, Administrateur délégué chez FUN Radio Belgique**, ajoute : « Je me réjouis de cet aboutissement qu'est pour FUN Radio de rejoindre IPM Group. Un groupe familial, enthousiaste, et aussi déterminé. Cela assure l'ancrage belge francophone et permettra un développement de la station dans les années à venir, notamment sur le digital. Le changement de régie est la suite logique de ce changement d'actionnaire. Je suis convaincu que RMB - régie alerte et agile qui connaît particulièrement bien le marché au sud du pays - permettra à FUN de se développer. Nous viendrons, entre autres, renforcer l'offre jeune adulte, ainsi que les opérations créatives et déformatées de RMB sur ce marché ».



(1) CIM RAM 2023 05-08, univers Sud, lun/dim, 05.00/24.00

(2) réseau RMB = La Première, VivaCité, Classic 21, Tipik, Musiq'3, NRJ, LN RADIO, Viva+, Jam, NRJ+, RTBF MIX, Tarmac, FUN Radio

(3) commercial share = part de l'offre achetable par les annonceurs (part des radios accessibles à la publicité) ; 100% = RMB + DPG Media Advertising

\*\*\*\*\*

Pour toute question supplémentaire, vous pouvez contacter :

RMB SA/NV

2, Bd Louis Schmidt/Louis Schmidlaan, 1040 Bruxelles/Brussel ; 02/730.44.11



- Yves Gérard, CEO de RMB : [y.gerard@rmb.be](mailto:y.gerard@rmb.be)
- François le Hodey, CEO de IPM Group : [Francois.leHodey@ipmgroup.be](mailto:Francois.leHodey@ipmgroup.be)
- Gregory Finn, Administrateur délégué chez FUN Radio Belgique : [gregory@funradio.be](mailto:gregory@funradio.be)