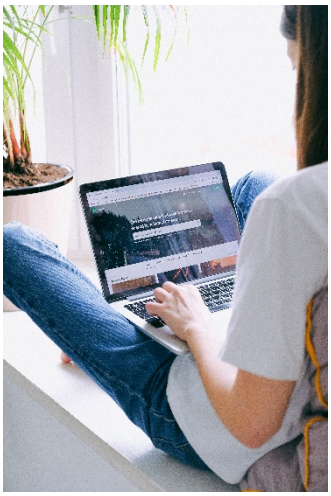
Nouvelle extension digitale chez RMB avec l'intégration du display

RMB franchit une étape supplémentaire dans son développement digital. Active depuis plusieurs années dans la commercialisation d'inventaires vidéo et audio online, la régie prend aujourd'hui en plus la main sur la vente du « display advertising » intégré aux sites de ses partenaires audiovisuels.



Au 1er janvier 2021, RMB devient **l'unique représentant commercial** pour la totalité des formats display accessibles sur **l'ensemble des sites appartenant aux partenaires audiovisuels en régie** : la RTBF, NRJ, MediaWan (AB3 et ABXPLORE) et LN24.

Jusqu'à présent, Pebble Media gérait la vente du « display advertising » sur les sites des éditeurs audiovisuels en régie chez RMB. Cette alliance conclue entre RMB et Pebble Media a connu des années de succès. Dans le cadre de son évolution digitale, il était cependant logique que RMB rassemble au sein de son offre l'ensemble des solutions online proposées aux annonceurs.

Maximisation des revenus et collecte de data

Avec les inventaires vidéo et audio online qui grossissent continuellement grâce, notamment, au dynamisme et aux initiatives des partenaires média, et avec l'intégration du display dans son activité de régie, RMB renforce son rôle de **prestataire majeur de publicité digitale au sein d'un environnement premium**.

Se développer dans le display consiste aussi pour RMB à construire une **meilleure cohérence digitale**, tant dans la gestion des inventaires, que dans l'élaboration des offres et le contrôle des prix. Trois axes qui permettront de **maximiser les revenus des partenaires média en régie.**

Enfin, **la collecte de la data et sa valorisation** font partie du déploiement actuel et futur de RMB. Le display est incontestablement un levier à actionner dans cette stratégie orientée « data ». Son intégration au sein de la régie permet à RMB de prendre totalement en main **l'implémentation des nouveaux modèles digitaux** quel que soit le canal d'achat utilisé par l'annonceur.

Yves Gérard, CEO de RMB commente : *« Notre métier évoluant de plus en plus vers un univers média « digital first », c'était une évidence pour notre régie de reprendre le display. L' identité digitale de RMB passe nécessairement par cette évolution. Pour le marché, qui ne s'y retrouvait pas toujours, c'est une opportunité de pouvoir accéder à nos inventaires via un point d'accès unique. Nous remercions Pebble Media pour ces longues années de fructueuse collaboration. Et nous les félicitons pour la maîtrise avec laquelle ils ont géré et défendu les sites de nos éditeurs ».*

Le display sur les sites de la RTBF, de NRJ, des chaînes AB et de LN24 représente un immense inventaire de **plus d'un milliard d'impressions par an**. Ces espaces seront proposés à la fois **en achat classique et en programmatique**.

RMB est prête à recevoir **les briefings 2021** des annonceurs dès aujourd'hui. Les formats display disponibles sur les sites de nos différents partenaires, ainsi que la ratecard et la politique commerciale 2021, seront communiqués au marché tout prochainement.

Pour toute question supplémentaire, veuillez contacter Yves Gérard, CEO de RMB (y.gerard@rmb.be), Grégory Vandenschrick (g.vandenschrick@rmb.be), Sales Director ou Aurélie Clément, Trading & Revenue Director (a.clement@rmb.be).

© RMB - Régie Média Belge
Boulevard Louis Schmidtlaan 2 - 1040 Bruxelles/Brussel - 02/730.44.11