

PERSBERICHT – 16/08/2023

RMB en Upcut werken samen om duurzame start-ups in de kijker te zetten

RMB wil ervoor zorgen dat reclame toegankelijk is voor alle spelers die bijdragen tot de duurzaamheidstransitie. De regie nam dan ook contact op met Upcut, een jong Belgisch bedrijf en laureaat van het netwerk 'Réseau Entreprendre Bruxelles', om samen een uniek aanbod te introduceren: de creatie van reclamespots én digitale mediaruimte tegen betaalbare condities, speciaal voor start-ups die actief zijn op het gebied van 'sustainability'.

Kleine bedrijven die zich conform hun zakenmodel positief willen inzetten voor de maatschappij, beschikken vaak over weinig middelen om zich bekend te maken. Voor RMB betekent duurzaamheid echter ook streven naar gelijke communicatiemogelijkheden voor alle adverteerders. En wat betreft bedrijven die duurzaam of maatschappelijk verantwoord ondernemen, vindt de regie toegankelijkheid tot media nóg belangrijker.

Om in te spelen op het communicatieprobleem van deze duurzame start-ups pakt RMB uit met een nieuw ad hoc aanbod. Eerst en vooral stelt de regie digitale ruimte beschikbaar tegen een lagere prijs, door haar eigen marge te verkleinen. Maar daarnaast faciliteert ze ook de creatie van de reclame zelf. Aangezien deze start-ups zelden beschikken over aangepast reclamemateriaal, sloot RMB een partnership met het bureau Upcut ('Up' staat voor upcycling, recycling van bestaande content en 'cut' voor cut cost, cut production time & cut CO2-emission). Upcut, laureaat van het netwerk 'Réseau Entreprendre Bruxelles', is het eerste Snack Content Video Agency in België. Op basis van bestaande creatieve elementen van de klant, maakt het jonge bedrijf betaalbare, doeltreffende video's, afgestemd op de web- en social media-trends.

Bezielde door dezelfde ambitie op het vlak van maatschappelijk verantwoord ondernemen, ontwikkelden RMB en Upcut dus samen een aanbod voor

geïnteresseerde duurzame start-ups: een kwaliteitsvolle, professionele videospot én een performante mediacampagne - die naam waardig - op de digitale media van de RTBF. Vanaf 16 augustus 2023 zijn er twee packs beschikbaar: een voor 2000 €, inclusief de productie van een videospot en 100.000 video-impressies op de in-read inventaris van rtbf.be; en een andere voor 3000 €, identiek aan het eerste pack, plus de productie van een IMU en 250.000 impressies op de display-inventaris van de RTBF. Deze twee aanbiedingen zijn bestemd voor bedrijven die minder dan twee jaar geleden zijn opgericht en waarvan de het bedrijfsmissie verband houdt met de 17 Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties.

Na afloop van de mediacampagne bezit de duurzame start-up digitale advertising formats die hij kan gebruiken voor toekomstige acties in de media van het RMB-aanbod, maar ook in de media van andere regies. Met deze aanpak willen RMB en Upcut aantonen dat men door samen te werken een positieve impact kan hebben op het hele reclame-ecosysteem.

Valérie Janssens, Director of Development bij RMB: "Ons Blue Screen was een eerste initiatief om de producten en adverteerders met de meest duurzame aanpak in hun categorie in de kijker te zetten. We wilden ook de lokale media toegankelijker maken voor spelers die hun business model baseren op een duurzame benadering van de samenleving. Dankzij het partnership met Upcut kunnen we dit nu waarmaken. Als start-up kent Upcut het probleem van een goede communicatie bij de opstart van een activiteit en staat het bedrijf net als wij open voor de dimensie duurzaamheid. De kracht van video combineren met die van kwaliteitsmedia is, volgens ons, een goede springplank om meer zichtbaarheid te geven aan de ondernemers die de moed hebben om de maatschappij erop vooruit te laten gaan".

Hugo Hassler, Co-founder van Upcut: "Dit partnership met RMB is een perfecte gelegenheid om onze expertise te bundelen met een duidelijk doel: jonge actoren die de verandering bevorderen een performanceniveau bieden dat normaliter voorbehouden is aan de meer gevestigde ondernemingen".

Nog vragen? Aarzel niet contact op te nemen met:

- Valérie Janssens, Development Director bij RMB: v.janssens@rmb.be
- Hugo Hassler, Co-founder Upcut: hugo@upcut.eu