

On est là.

RTL
t v i 

RTL 
club

RTL 
plug

bel 
RTL

RTL 
play

RTL info.

RTL sports.

RTL
Belgium

RTL Belgium souffle un vent de fraîcheur et de modernité sur toutes les marques RTL.

Table des matières

RTL info : une première étape	2
Des marques RTL plus modernes, plus attractives.	2
Sept marques, un ADN commun.	3
Les contenants évoluent, les contenus aussi !	4
Sur RTL tv, RTL plug, RTL club	4
Sur bel RTL	5
Sur RTL play	5
RTL Sport devient RTL sports	6
3 mots et 7 lettres : « On est là. »	6

Le monde bouge vite. Les marques RTL bougent vite aussi.

Lors de son arrivée à la tête de RTL Belgium il y a 9 mois (en juin 2022), Guillaume Collard a mis en place une nouvelle feuille de route stratégique pour RTL avec pour ambition de créer et diffuser les contenus préférés des Belges francophones et ce, à travers 3 missions : divertir, informer et rassembler. 3 priorités stratégiques ont été définies : booster la stratégie "contenus", accélérer la transformation digitale et renforcer les marques.

RTL info : une première étape

En janvier 2023, **RTL info** dévoilait son nouvel habillage au grand public. Première étape visible de la transformation des marques RTL. Deux mois après son lancement, cette nouvelle mouture de nos journaux d'informations a fait ses preuves. Elle a réussi à consolider son audience, à proposer de nouveaux formats et de nouvelles thématiques et elle continue tous les jours un peu plus à révolutionner le traitement de l'actualité.

Des marques RTL plus modernes, plus attractives.

Aujourd'hui, c'est au tour de l'ensemble des marques RTL d'évoluer vers une identité plus cohérente, plus consistante, plus colorée, plus simple et plus attractive dans une architecture de marques transversale et complémentaire.

Guillaume Collard, CEO de RTL Belgium : « La marque RTL a établi au fil des ans un lien affectif exceptionnellement fort avec ses publics. Alors que le paysage audiovisuel change sans cesse et que les modes de consommation en non-linéaire prennent le pas sur la TV traditionnelle, nous voulons proposer des marques RTL dans l'air du temps et qui soient aussi fortes sur les médias traditionnels que sur les médias digitaux. Il était donc logique, et nécessaire de faire évoluer l'ensemble de nos marques RTL avec plus de consistance et de modernité. »

Sept marques, un ADN commun.

La modernisation de l'identité RTL s'opère sur cinq marques médias : **RTL tvi**, **RTL club**, **RTL plug**, **RTL play** et **bel RTL**. Mais également sur les deux marques « contenus » : **RTL info** (lancée en janvier dernier) et **RTL sports**.

RTL
t v i

RTL
club

RTL
plug

bel
RTL

RTL
play

RTL info.

RTL sports.

« Graphiquement, nos marques s'alignent pour renforcer la force de frappe des trois lettres d'or du sigle RTL », détaille **Laurent Montastruc, Creative Director chez RTL**, « Chaque média utilise les lettres minuscules pour marquer sa différenciation. C'est comme s'il s'agissait des prénoms des membres d'une famille, dont le nom serait RTL. Chacun possède sa propre personnalité mais ils sont tous reliés les uns aux autres et partagent le même ADN! ».

« Nous avons constaté à travers une enquête que le public reconnaissait au premier coup d'œil le symbole emblématique attaché à RTL et qu'il éprouvait un profond attachement à son égard. Il fait partie de notre imaginaire collectif et de la culture Belge francophone à part entière. Il n'était donc pas question de l'abandonner. Nous lui avons donné une forme plus simple et plus contemporaine et l'avons intégré dans une architecture de marque colorée et cohérente. RTL play a un statut particulier car il ne propose pas exclusivement des contenus RTL. Nos logos se parent de couleurs vives et dynamiques, ce qui crée un sentiment positif et de légèreté » rapporte **Philippe Jaumain, Marketing & Communication Director**.

RTL tvi et **bel RTL** adoptent la même couleur rouge, afin d'insister sur la complémentarité des deux médias.

En tant que leader, **RTL tvi** propose des contenus premiums et locaux, de l'information et de l'infotainment, les grands événements ainsi que ce que l'on appelle le « urgent content » (les contenus que les gens préfèrent regarder en live) pour toutes les familles.

RTL club et **RTL plug** évoluent dans leur nom (les 2 composants ont été inversés pour donner plus d'importance à la marque RTL) et adoptent de nouvelles couleurs témoignant du dynamisme et de la spécificité de la programmation de ces chaînes. **RTL club** sera désormais la chaîne des sensations avec d'avantage de sports et de blockbusters qui feront vibrer petits et grands. **RTL plug** adopte le créneau du feel good : des contenus plus légers pour divertir notre jeune (et moins jeune) public.

RTL play, qui existe exclusivement sous une forme digitale, est la seule marque à ne pas intégrer le symbole de RTL. En effet, la plateforme propose des contenus autres que ceux des médias traditionnels de RTL ainsi que des contenus issus d'autres marques, comme Radio Contact par exemple. Nous avons gardé la forme du triangle avec de multiples couleurs pour symboliser la diversité et la richesse des contenus de RTL play.

Enfin, à partir d'aujourd'hui, RTL Sport devient **RTL sports**, au pluriel. Ce détail loin d'être anodin indique l'arrivée de nouveaux formats et de nouvelles disciplines sur nos chaînes : cyclisme, tennis, padel, sports de combat avec de la boxe et du MMA... De quoi répondre aux attentes de tous les amateurs de sports !

Tous ces changements visuels s'accompagnent aussi d'une nouvelle identité sonore et d'un habillage flambant neuf des chaînes, des sites Internet, des applications, des réseaux sociaux, et de la visibilité.

Les contenants évoluent, les contenus aussi !

Cette évolution des « contenants » va de pair avec une évolution des contenus sur nos médias RTL Belgium.

Sur RTL tvi, RTL plug, RTL club

Le focus est davantage mis sur les productions locales avec notamment la sortie au mois de mai du format court et humoristique « **Smartphone** » avec **Bérénice Bourgueil** et **Benoit Poelvoorde**.

À l'automne, **Aspergirl**, une série franco-belge coproduite par RTL Belgium débarquera sur **Plug RTL** et **RTL Play**. Sélectionnée au festival Series Mania (où la série a remporté le prix du meilleur acteur), elle raconte l'histoire d'une mère célibataire présentant un trouble du spectre de l'autisme.

Du côté des documentaires, deux productions sont en cours : un documentaire autobiographique sur **Justine Henin**, sa vie et sa carrière ainsi qu'une enquête sur les derniers jours de vie du 5^{ème} roi des Belges, le **Roi Baudouin**.

Côté divertissement, citons par exemple **Cache Cash**, l'émission dans laquelle une famille belge aura 30 minutes pour retrouver 100.000 euros en cash caché dans sa maison. Mais aussi, un jeu d'aventure tourné entièrement sur le sol belge : **Le Convoi**.

Nos trois chaînes continuent de diffuser des fictions à succès comme par exemple : **Top Gun Maverick**, **Le Livre de la Jungle**, la saga **John Wick** et des films des studios Disney comme **Cruella**.

Sur bel RTL

bel RTL se transforme et se réinvente dès aujourd'hui avec la promesse d'en faire le média radio de demain : qui informe, qui rend service, qui fait rire, qui divertit, qui met de bonne humeur, qui fait vibrer, qui aime.

Toujours là pour ses auditeurs, **bel RTL** va leur offrir plus de musique et plus de plaisir.

Dès le 01 avril, **bel RTL** vous propose, de nouveaux rendez-vous :

- **Sandrine Dans et Thomas de Bergeyck** vous réveilleront et vous informeront en duo de 7h à 9h dans bel RTL Matin.
- Votre rendez-vous info, bel RTL Soir de 18h à 19h sera désormais incarné par une des grandes voix de bel RTL, **Philippe Callet**. À noter également un nouveau rendez-vous **RTL sports chaque jour à 18h12** en semaine.
- **Marc Ysaye** sera présent chaque semaine du lundi au jeudi de 19h à 20h pour vous plonger dans l'univers de ses classiques rock.
- **Dans bel RTL Week-end, Frédéric Bastien** accueillera tous les samedis, de 08h30 à 09h00, une personnalité bien connue du public mais dont l'identité demeure encore secrète... Pour découvrir cette surprise, rendez-vous ce samedi 01 avril sur nos ondes.
- La nouvelle grille du week-end s'accompagne également de l'arrivée de **nouveaux partenariats** notamment les concerts événements d'artistes internationaux comme Madonna, Elton John, et Mylène Farmer.

Ces rendez-vous auront lieu depuis de tous **nouveaux studios** qui offrent aux équipes de nouvelles opportunités en termes d'innovation, de digitalisation et de production de contenus avec une identité visuelle plus agréable à regarder : aujourd'hui la radio se regarde aussi !

Sur RTL play

Live, replay, preview et exclusivités. Série, film, divertissement, télé-réalité, info & société, sport, humour, collections. Avec RTL play, c'est l'utilisateur qui décide.

Les équipes de production de RTL play mettront encore davantage l'accent sur la production de contenus locaux et exclusifs, en créant notamment des spin-offs de nos programmes phares comme **Face aux experts**, inspiré de l'émission à succès **Mariés au Premier Regard**.

RTL play, ce sont également des concepts inédits avec **Le Débrief** qui revient sur l'actualité sportive, **Planqués**, le plus grand cache-cache jamais organisé dans un grand parc d'attraction ou encore **L'Infiltré**, incarné par Christopher Calice.

Côté fiction, mentionnons Killing Eve avec Sandra Oh et Camille Cottin qui vient enrichir notre catalogue de séries premiums et exclusives dans lequel on retrouve notamment **Yellowjackets** et **Why Women Kill**.

RTL play, ce sont également vos programmes préférés en avant-première, notamment avec Top Chef diffusé en preview.

La nouvelle saison de **La Villa des Coeurs Brisés** s'ajoute également à notre catalogue de télé-réalités, si appréciées par le jeune public.

Le sport devient une dimension encore plus importante de notre plateforme avec l'arrivée de nouvelles compétitions en exclusivité comme l'**ATP Tour** (et de multiples tournois tout au long de l'année), **des matches exclusifs de la Copa del Rey** ou encore le **Brussels Padel Trophy**, la manche belge du **World Padel Tour**.

RTL Sport devient RTL sports

Le département Sports de RTL Belgium se donne les moyens de ses ambitions avec de nouveaux projets. L'équipe capitalisera non seulement sur les compétitions diffusées historiquement sur nos antennes comme la **Champions League**, la **Ligue des Nations**, la **Crocky Cup** ou plus récemment la **Copa del Rey** et la **Supercopa**, mais vous fera également vivre de nombreuses autres compétitions sportives. Avec des événements comme le **Giro** et la couverture de nouvelles disciplines sportives, RTL sports étend son portefeuille d'acquisition.

Dès aujourd'hui, RTL Belgium devient **Official Media Partner RBFA – Red Devils & Red Flames**. Grâce à ce nouveau partenariat, nous vous ferons vivre l'histoire de nos deux équipes nationales jour après jour tout au long de l'année ! Cette nouvelle collaboration nous amènera à développer des contenus innovants et déclinés sur l'ensemble de nos médias.

Un nouveau format dédiée aux documentaires sportifs voit le jour dès le 10 avril sur **RTL club**. Tous les lundis, découvrez le parcours surprenant des plus grandes légendes de la planète sport dans **Docs de sports** avec, par exemple, Lewis Hamilton, Diego Maradona, Roger Federer, Lionel Messi, Kobe Bryant, Cristiano Ronaldo, etc.

3 mots et 7 lettres : « On est là. »



Tous ces évolutions vont dès demain faire l'objet d'une grande campagne de communication 360° avec un objectif : faire découvrir ce nouveau RTL non seulement à nos fans, nos publics existants mais aussi à de nouvelles audiences.

C'est la toute première campagne de communication transversale de l'histoire de RTL Belgium, avec un slogan, qui tient en trois mots et sept lettres : « **on est là.** »

« À travers ce message, nous voulons dire que les marques RTL et les gens qui les incarnent sont là auprès de chacun, partout, tout le temps. Sur chaque écran, dans chaque poche, dans toutes les oreilles. Hier, demain, et surtout maintenant pour accompagner chaque Belge dans son quotidien, pour le divertir, l'informer et rassembler nos publics autour des leurs contenus préférés. "On est là." n'est pas un slogan publicitaire, c'est une expression empruntée au langage courant et qui renvoie à l'une des valeurs phares de RTL, la proximité. Les marques RTL ont pour vocation d'être au coeur de la société, avec les gens. Nous avons mis tout ce que nous sommes dans cette



campagne : tout ce qui nous rend fier et qui nous fait vibrer, qui montre toutes les bonnes raisons pour lesquelles ... on est là. » développe Philippe Jaumain Marketing & Communication Director.

Guillaume Collard, CEO de RTL Belgium : *« En renforçant nos marques RTL, en développant des contenus en mesure d'avoir la préférence des Belges francophones, en accélérant notre développement digital, nous favorisons une reconnaissance et une attractivité qui va conforter notre statut de leader dans le paysage médiatique belge. Je suis extrêmement fier du travail accompli en 9 mois seulement par toutes les équipes de RTL qui se sont mobilisées sans compter pour accélérer notre évolution. Nous ne nous contentons pas de bouger : nous le faisons rapidement car le monde bouge vite et nous devons rester devant. Et comme vous le voyez, RTL est là et bien là. Nous sommes là, nous avons de l'ambition, et nous faisons aujourd'hui évoluer nos marques pour aider nos contenus à être ceux que les Belges francophones préfèrent ».*



On



est



là.

Pour s'informer, se marrer, se rassembler.
Sur chaque écran, dans chaque poche, dans toutes les oreilles.
A chaque instant, on est là avec vous, chez vous, comme vous.

RTL
t v i

RTL
club

RTL
plug

be
RTL

RTL
play