

Philippe Jaumain

Marketing & Communication Director RTL Belgium

“RTL Belgium cultive le leadership, la modernité et l’authenticité de ses marques”

« En 2023, l'ensemble des médias de RTL Belgium a vu ses logos se moderniser. Faire évoluer aujourd'hui les codes de Radio Contact constitue la nouvelle étape de cette réflexion en lien avec les priorités stratégiques de « brand equity » (la valeur des marques) de RTL Belgium. La volonté d'aligner Radio Contact dans cette dynamique est aussi une façon de montrer à quel point RTL Belgium tient à ses marques en cultivant leur leadership, leur modernité et leur authenticité pour leur permettre d'être complètement en phase avec l'air du temps.

Dans la première étape de ce travail, nous avons défini les éléments constitutifs de la dimension graphique de la « marque » Radio Contact - c'est-à-dire ceux qui ne sont pas remis en question - à savoir le nom de la station, le dauphin, la couleur prédominante bleue et le positionnement feel good.

Ensuite, nous avons mandaté l'agence de conseil en communication Nonante Cinq fondée par Nathan Soret. Son lien avec Radio Contact est très fort étant donné qu'il y a travaillé durant plusieurs années. L'enjeu principal consistait à moderniser le logo de Radio Contact tout en veillant à préserver le côté proche et naturellement sympathique de notre dauphin iconique. Toute une partie de ce chantier s'est réalisée secrètement afin de préserver la surprise au plus grand nombre, à commencer par les fans de la marque qui le découvriront lors d’une soirée Playlist de Tonton au Louvexpo ».

Très vite, il a été décidé de mieux intégrer la célèbre mascotte au logo de la station : le dauphin est désormais associé au nom « Contact » dont il forme le « C ». Dans un objectif de cohérence, la typographie choisie est identique à celle des logos des autres médias du groupe RTL Belgium. Le résultat final apparaît plus simple, plus lisible, plus moderne, plus épuré et beaucoup plus « feel good ».