



OH



BHS.MEDIA
BE EVERYWHERE



5 raisons pour lesquelles l'OOH est incontournable

- 1 Votre public ne reste pas chez lui ! Il est important de le toucher à l'extérieur de son domicile.
- 2 La communication OOH n'est pas fragmentée, l'audience de masse est donc assurée, en particulier auprès des actifs et des jeunes.
Une communication OOH au bon endroit n'exclut pas votre visibilité auprès des curieux et des amateurs.
- 3 Un ROI supérieur à l'ensemble des médias proposés en 2022.
Le coût contact d'une campagne OOH est l'un des plus intéressants.
- 4 Une visibilité incomparable. Aucun moyen de zapper, scroller ou bloquer votre visibilité.
- 5 Amplifier votre résonance médiatique.
Grâce à la communication OOH, vous pourrez stimuler votre présence en ligne, vos réseaux et votre site web.

Photographies **Pascal Schyns**

Design **scalp.agency**

© **BHS.MEDIA**

Imprimé en Belgique par **AZ Print**
sur Soporset Premium 350 gr,
Offset 170 gr, freelifa Vellum 170 gr



Votre campagne

en 3 étapes



Elaboration de votre stratégie de campagne

Contact avec l'un de nos conseillers



Élaboration de votre campagne



Discussion de la campagne proposée



Réservation des médias



Confirmation de la campagne

Livraison de votre matériel

Livraison par l'annonceur



Répartition de votre matériel dans les différents stocks



Encodage dans notre système de gestion



Organisation par l'équipe magasinier

Mise en place de la campagne sur le terrain

Montage le jour prévu avec votre conseiller



Bon à savoir :
une campagne ne se monte pas en 1 jour.
(Par exemple, une campagne City Outdoor se monte en 5 jours.)



Entretien de votre campagne durant la période définie



Enlèvement de votre campagne



Envoi de vos supports au recyclage dans les 3 jours ouvrables





BHS.MEDIA
BE EVERYWHERE



NOTRE

ADN



NOTRE ADN

Bref historique sur notre mission.

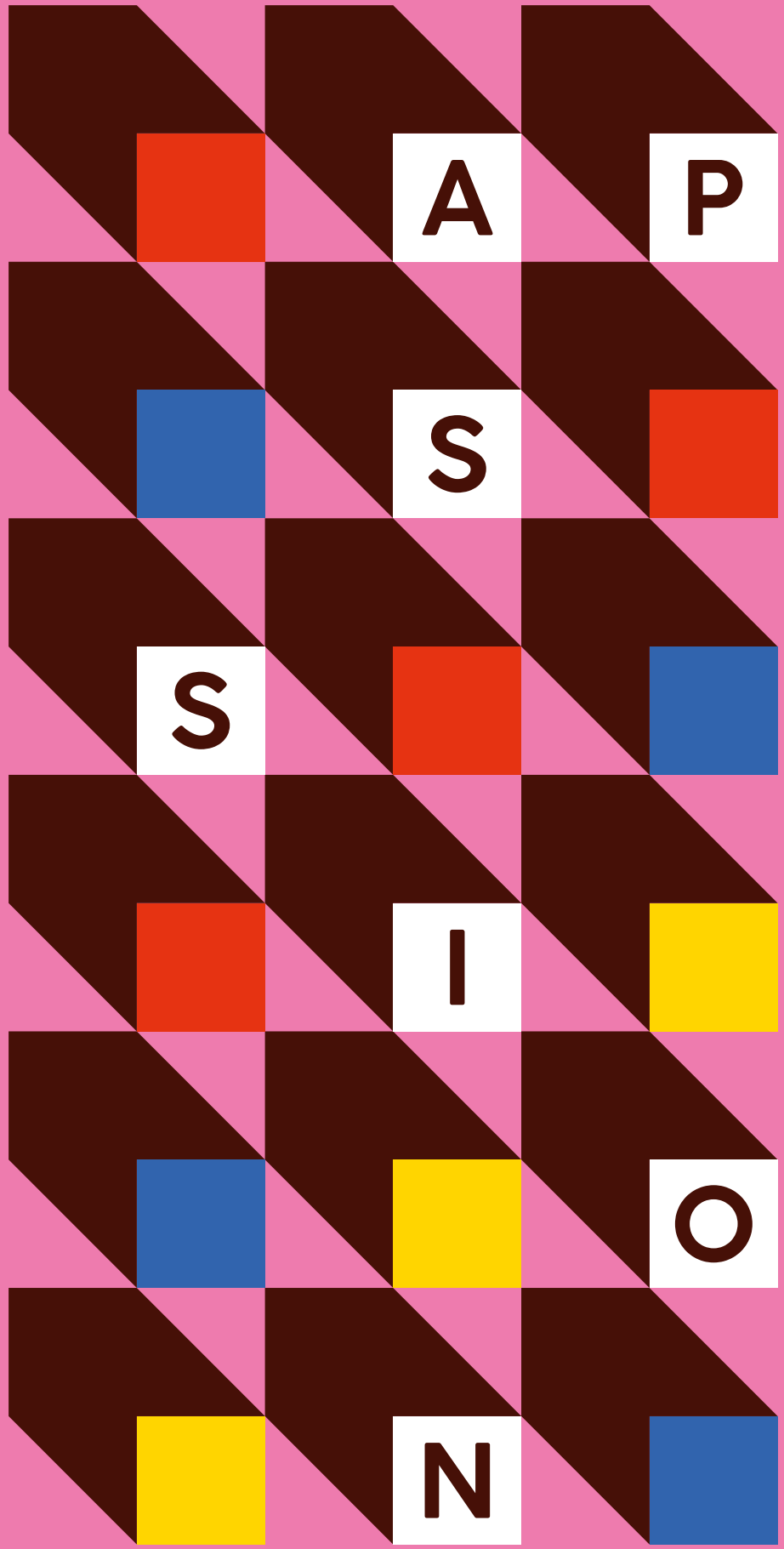
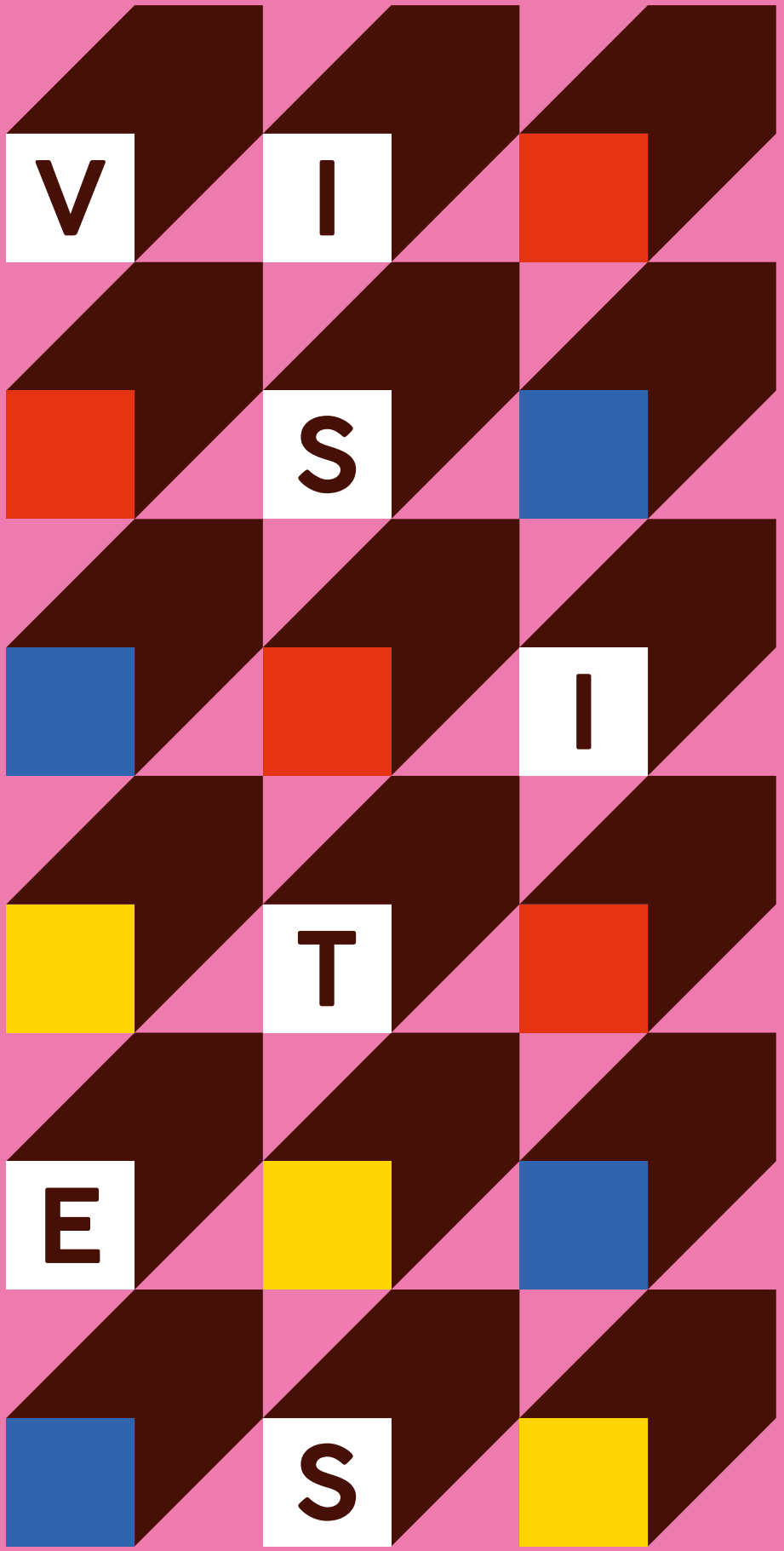
En 1995, **BHS.Promotion** a été créée pour développer son premier réseau de **distribution touristique en Belgique**, en centralisant l'offre touristique sous forme de dépliants et en les distribuant dans les endroits clés du pays. En 1998, les sociétés **Culture & Promotion** et **Vison-Visu** ont été créées pour développer un premier réseau de **distribution culturelle** et d'**affichage urbain**. Au cours des années suivantes, de nouveaux réseaux d'affichage ont été développés, tels que l'affichage Fiora A0 et les bannières sur candélabres. En 2006, la société achète **Zoom On Arts** et son réseau de distribution culturelle à Bruxelles. Elle crée également une société sœur à Nice pour développer un réseau de **distribution touristique sur la Côte d'Azur**.

En 2012, **BHS.MEDIA** a acquis la franchise **Visites Passion** pour compléter son offre de distribution dans l'Horeca. En 2022, les quatre sociétés ont fusionné pour ne former qu'une seule équipe : **BHS.MEDIA**. Spécialisée dans la communication **Out Of Home** dédiée aux annonceurs culturels, touristiques et événementiels, **BHS.MEDIA** dispose aujourd'hui de plus de 20 médias répartis dans toute la Belgique.

En 25 ans, c'est pas moins de **30.000 campagnes d'affichage et de distribution** qui ont été mises en place par nos propres équipes.

**NOUS SOMMES LES AMBASSADEURS
DE VOTRE COMMUNICATION !
NOUS LE SAVONS, ET C'EST POURQUOI CHAQUE
DÉMARCHE EST RÉFLÉCHIE AFIN DE VOUS GARANTIR
UNE IMAGE POSITIVE DE VOTRE SOCIÉTÉ.**







+ de
1200
POINTS

73%

des visiteurs
prévoient
de visiter
une attraction
après avoir
récupéré
une mini-carte



VISITES PASSION MINI-CARTE

Mini par son format, maxi par son impact !

Les **présentoirs VISITES PASSION** sont répartis sur l'ensemble du territoire (+ de 1200 points), dans les restaurants, les brasseries, les lieux d'hébergement, les domaines touristiques, les maisons du tourisme et les musées.

Les **cartes VISITES PASSION** aident à orienter les visiteurs de passage grâce à une information claire et concise sur les activités à proximité de leur lieu d'hébergement.

Leur petit format, facile à emporter, aura un réel impact sur votre coût/contact.

73% des visiteurs qui prennent une brochure envisagent de modifier leur programme de séjour.

VISITES PASSION MINI-CARTE



Les **mini-cartes VISITES PASSION** aident à orienter les visiteurs de passage grâce à une information claire et concise sur les activités à proximité de leur lieu d'hébergement.



Son format attractif est facile à emporter et à conserver pour une lecture ou une utilisation future.



Hébergements, brasseries, restaurants, bars et loisirs



Wallonie, Bruxelles et gîtes



Format mini de 70 x 100 mm - Recto/verso



- GEN Z
- MILLENNIALS
- GEN X
- ÉTUDIANTS
- JEUNES ACTIFS
- FAMILLES
- PROFESSIONNELS
- SORTEURS
- AMATEURS DE CULTURE
- TOURISTES
- ROADTRIPERS
- SPORTIFS
- AUTOMOBILISTES
- COUPLES

VISITES PASSION FLANDRE



Leur petit format, **facile à emporter**, aura un **réel impact sur votre cible**.



Hébergements, brasseries, restaurants, bars et loisirs



Flandre



Format mini de 70 x 100 mm - Recto/verso



GEN Z MILLÉNAIRES GEN X ÉTUDIANTS
JEUNES ACTIFS FAMILLES PROFESSIONNELS SORTEURS
AMATEURS DE CULTURE TOURISTES ROADTRIPPEURS
SPORTIFS AUTOMOBILISTES COUPLES

FRONT'ON VISITES PASSION



Ce média complète votre distribution VISITES PASSION en lui apportant **un réel boost de visibilité** ! Il n'y a pas de limite à sa confection !



Avec un graphisme personnalisé, rendez votre communication créative et dirigez le public vers votre mini-carte. Les **FRONT'ON Visites Passion** influencent la prise en main de votre **mini-carte** sur le présentoir en captant le regard de votre cible.



Hébergements, brasseries, restaurants, bars et loisirs



Format 394 x 100 mm - Recto



- GEN Z
- MILLENNIALS
- GEN X
- ÉTUDIANTS
- JEUNES ACTIFS
- FAMILLES
- PROFESSIONNELS
- SORTEURS
- AMATEURS DE CULTURE
- TOURISTES
- ROADTRIPERS
- SPORTIFS
- AUTOMOBILISTES
- COUPLES



NOTRE ENGAGEMENT

Avec l'avènement du digital, beaucoup de personnes ont toujours cette idée reçue « digital = éco friendly ». Cependant, voici quelques chiffres à retenir.

- **Le flyer papier a 3,3 fois moins d'impact sur l'environnement** qu'une vidéo postée sur les réseaux.
- **Un mailing papier a 1,7 fois moins d'impact sur la couche d'ozone** qu'un e-mailing.

Mais cela ne s'arrête pas là. Les géants des réseaux sociaux en sont également un bon exemple. En 2019, Facebook a émis 252 000 tonnes de CO², l'envoi d'un simple mail émet 10 grammes de CO², ... Dans un monde où le digital prend de plus en plus de place, il est judicieux de se poser la question : **« Est-ce vraiment plus écologique ? ».**

AZp

AZ Print est notre partenaire depuis plus de 20 ans. Cette entreprise familiale depuis 5 générations, est consciente des enjeux liés au développement durable et accorde une grande importance à la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE). Leur objectif est d'avoir un impact positif sur la société. AZ Print est un précurseur de l'impression **sans alcool** et possède des certifications écologiques, notamment le **label FSC** qui atteste d'une gestion forestière responsable et le **label IMPRIM'VERT** qui vise à réduire les impacts environnementaux. Pour minimiser son empreinte environnementale, l'entreprise privilégie l'utilisation de substances à impact réduit, comme les encres végétales et alimentaires.



En outre, **leur bâtiment** est équipé de **500 panneaux solaires** qui fournissent la moitié de l'énergie nécessaire à ses machines. L'ensemble de l'éclairage de l'entreprise est composé de LED, et le **recyclage de tous les déchets** est confié à des sociétés agréées qui respectent toutes les normes environnementales en vigueur.



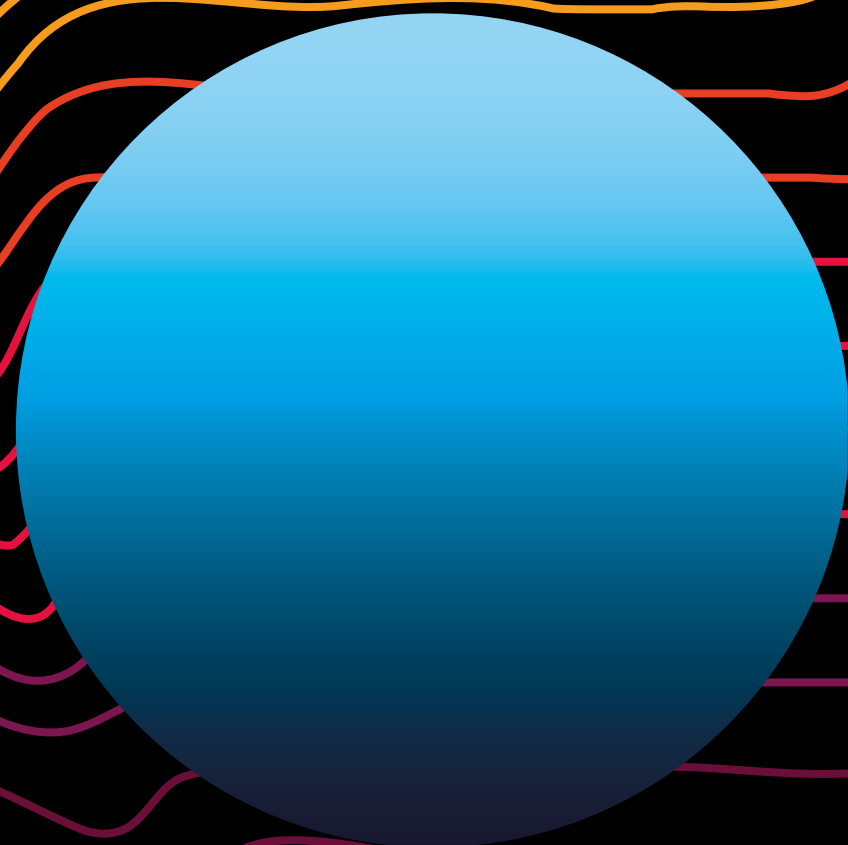
Les forêts ralentissent le changement climatique et elles sont nos principaux réservoirs de biodiversité. C'est pourquoi **un pourcentage de chaque campagne réalisée est reversé à GoForest** qui propose des solutions accessibles et transparentes pour planter des arbres avec impact.

Une campagne **Out Of Home** nécessite l'impression de nombreux supports papier. **Après chaque campagne, nous mettons un point d'honneur à trier les supports utilisés et les envoyer dans des centres de tri et de recyclage pour leur donner une seconde vie !**

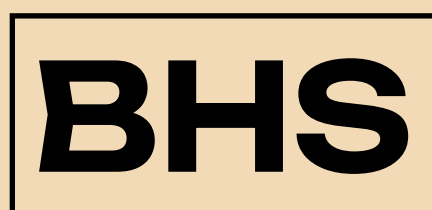
En collaboration avec nos partenaires, **nous proposons de revaloriser vos bannières en les transformant** en nouveaux outils de communication comme des fardes à rabats pour vos communiqués de presse ou des sacs pour votre équipe.

Nous contribuons à un environnement plus propre en investissant dans la mobilité douce avec des **vélos électriques pour nos afficheurs** et des **véhicules hybrides pour nos équipes**.





TIPS & TRICKS



MEDIAS
TIPS & TRICKS

PAGE
PAGE **103**

[SOMMAIRE](#)



FOIRE AUX QUESTIONS

A. Où dois-je livrer mon matériel ?

Cette information se trouve à l'avant-dernière page de votre devis. Nous disposons de 3 stocks en Belgique.

- Stock **Liège** :
Voie du belvédère, 6
4100 Seraing
- Stock **Bruxelles** :
Mechelsesteenweg, 414 / B11
1930 Zaventem
- Stock **Anvers** :
Mechelsesteenweg, 203A
2830 Blaasveld

De manière générale, vous pouvez livrer votre matériel dans le stock où votre campagne aura lieu. Par exemple, pour une distribution en Flandre, vous pouvez livrer à notre stock de Flandre.

B. Quand dois-je livrer mon matériel ?

Cette information se trouve dans le post média de votre devis. Pour le bon déroulement de votre campagne, il est indispensable de livrer votre matériel minimum 15 jours avant le montage.

C. Quels sont les formats recommandés ?

Nous utilisons principalement les formats standard papier.

Format de distribution :
A6, Carte-Postale, US, A5 et A4
(et autres sur demande)
Format d'affichage :
A2, A0, 120 x 160
(et autres sur demande).

D. Comment réaliser mon affiche et/ou mon dépliant ?

Nous vous donnons quelques astuces en page « Conseils » ci-après.

E. L'affichage est-il un média durable ?

Nous faisons notre maximum pour rendre nos médias responsables. Nous vous donnons plus d'informations à la page « Notre engagement ».

F. Réalisez-vous un reportage photo ?

Oui, n'hésitez pas à le demander auprès de votre conseiller.

G. Quels sont les critères graphiques pour les fichiers à vous fournir ?

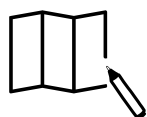
(Exemple pour une affiche)

- PDF (polices et images intégrées)
- CMJN
- 300 dpi
- 5 mm de marge de sécurité du format final (surface utile)
- Fond perdu de 3 mm, avec traits de coupe

Les détails plus spécifiques seront transmis en fonction du média choisi.

H. Pouvez-vous me créer un visuel ?

Oui, n'hésitez pas à le demander auprès de votre conseiller. Nous collaborons avec une équipe spécialisée dans les créations graphiques destinées à être utilisées dans vos campagnes Out Of Home : l'agence Scalp.



CONSEILS POUR UNE BROCHURE

Votre brochure est un outil très efficace si elle est adaptée à son support et à son public ! Pour vous aider à tirer le meilleur parti de votre distribution, voici quelques principes et règles de base :

Privilégiez le « vécu » : choisissez des photos qui mettent en scène des visiteurs, des expériences vécues plutôt que des images institutionnelles.

Citez les réseaux sociaux : vous avez de bons commentaires sur vos réseaux sociaux ? Mettez-les en avant sur votre brochure.
Votre cible pourra poursuivre ses recherches sur internet.

Ciblez les femmes : des études internationales ont montré que ce sont en majorité les femmes qui utilisent les présentoirs et les dépliants qu'ils contiennent.
Créez vos visuels pour ce public !

Pensez digital : Le digital s'impose dans tous les domaines de nos vies, et son utilité n'est plus à démontrer ! Facilitez le passage à l'action de vos clients : placez sur votre brochure un ou des QR codes qui dirigent vers votre site Internet.

Adaptez le contenu : facilitez la lecture, faites bref, allez à l'essentiel - parce que les visiteurs ne liront pas si c'est long, même si des informations passionnantes sont dissimulées dans votre texte.

Soignez les photos : c'est elles qui décideront un touriste à prendre votre brochure...

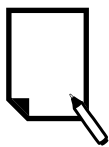
Le layout - travaillez votre visibilité pour les présentoirs : privilégiez le tiers supérieur du dépliant : dans la plupart des présentoirs, seule cette partie de votre flyer sera visible.

Placez-y le nom de votre activité, des mots clés si nécessaire pour identifier votre offre (ex. : loisirs nautiques, accrobranche...) et le cas échéant une offre spéciale

- **Titre :** il attire l'attention de votre cible. Clair et informatif, il doit être positionné dans le tiers supérieur de la brochure et imprimé très lisiblement. Il sera répété au dos du dépliant, pour le cas où un lecteur repose votre document à l'envers dans le présentoir.
- **Images :** L'attractivité du document repose en grande partie sur les photos et illustrations.
- **Essentiel :** la qualité technique et esthétique de vos photographies. Un concept épuré est toujours plus attirant. (Évitez les présentations de type « patchwork » et les polices de caractère exotiques).
- **Informations :** Précisez vos coordonnées au dos du dépliant et éventuellement complétez par un plan d'accès ainsi que les transports en commun qui desservent votre établissement. N'oubliez pas d'indiquer les horaires d'ouverture, vos tarifs et un lien vers votre site internet !
- **Langues :** Traduisez les éléments importants de votre message.

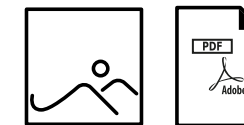
Les éléments techniques :

- **Dimensions :** Nos présentoirs peuvent recevoir des dépliants jusqu'au format A4, mais nous vous recommandons les dimensions 10 x 21 cm (Format US).
- **Papier :** Pour une bonne tenue de vos dépliants sur les présentoirs, respectez les grammages de papier suivants : Flyer (1 volet) : minimum 200 g / dépliant 2 ou 3 volets : minimum 135 gr.



CONSEILS POUR UNE AFFICHE

- **Définissez votre public cible** : réfléchissez au public que vous souhaitez atteindre avec votre affiche et adaptez le design.
- **Choisissez un titre clair et accrocheur** : Le titre doit attirer l'attention du spectateur.
- **Utilisez des éléments visuels attrayants** : sélectionnez des images ou des graphiques de haute qualité qui contribuent à illustrer votre message et à attirer l'attention du spectateur.
- **Restez simple** : évitez le désordre en utilisant les espaces négatifs et limitez le nombre d'éléments sur l'affiche.
- **Utilisez une identité graphique forte** : incorporez les couleurs, les polices et le logo de votre marque afin de créer un aspect cohérent et d'établir la reconnaissance de la marque.
- **Assurez-vous que l'affiche est lisible** : utilisez une taille et une couleur de police faciles à lire de loin.
- **Mettez en place un Call To Action** : encouragez le spectateur à effectuer une action spécifique, comme visiter votre site Web, commander ses places ou appeler un numéro de téléphone.
- **Testez et affinez** : montrez votre affiche à quelques personnes et recueillez leurs commentaires. Apportez les modifications nécessaires pour améliorer l'efficacité de la conception.



MATÉRIEL À TRANSMETTRE

À TITRE D'EXEMPLE :

Si nous nous chargeons de l'impression*

- > Nous vous demanderons un **fichier** :
 - PDF (polices et images intégrées)
 - CMJN
 - 300 dpi
 - 5 mm de marge de sécurité du format final (surface utile)
 - Fond perdu de 3 mm, avec traits de coupe
 - Documents page par page...

Si nous nous chargeons du graphisme*

- > Nous vous demanderons des **fichiers** :
 - **Logo** en **fichier vectoriel** .pdf et/ou .eps
 - **Images** de haute définition à l'échelle 1/1 (min. 300 dpi) en **fichier** .tiff / .jpg

Si nous nous chargeons de votre communication digitale*

- > Nous vous demanderons tous les fichiers communs de type :
 - .jpg / .png / .gif / .mp4 / .mov / ...
 - RVB

Délai* Minimum 15 jours avant le montage de votre campagne.



* Les détails plus spécifiques seront transmis en fonction du média choisi.

LES FORMATS



FLYER
105 x 148 mm



FOLDER
100 x 210 mm
105 x 210 mm



**TOPFLAG
BRUXELLES
WALLONIE**
100 x 300 cm

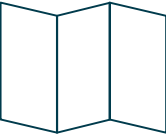


**TOPBOARD
BRUXELLES**
Affiche dos bleu 100 x 135 cm
WALLONIE
Affiche dos bleu 120 x 160 cm

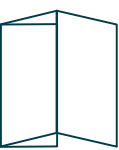
DÉPLIANTS



**DÉPLIANT
2 VOILETS**
210 x 210 mm



**DÉPLIANT
3 VOILETS**
297 x 210 mm
plis accordéon



**DÉPLIANT
3 VOILETS**
297 x 210 mm
plis portefeuille



ORIFLAMME
70 x 380 cm



**TRIOBOARDS
AKYLUX
ALVÉOLAIRE**
max 5 mm
80 x 120 cm



**DUOBOARDS
AKYLUX
ALVÉOLAIRE**
max 5 mm
84 x 120 cm



FRONT'ON VP
394 x 100 mm
+ perforation



MINI-CARTE
70 x 100 mm
+ perforation



**WELCOME TV
VIDEO / IMAGE**
1920 x 1080 - 72dpi

FRONT'ON



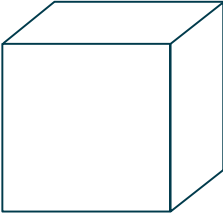
FRONT'ON CULTURE
610 x 440 mm
- découpe



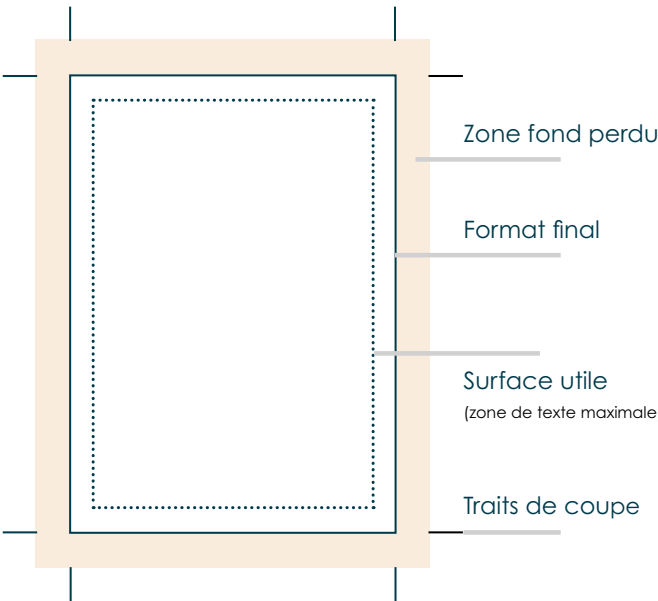
FRONT'ON TOURISME
995 x 440 mm
- découpe



**DRAPEAU
LIÈGE**
200 x 180 cm



CUBE
4 x 4 m
3 x 3 m



Zone fond perdu

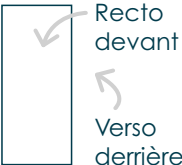
Format final

Surface utile
(zone de texte maximale)

Traits de coupe



Fichier à recevoir
.pdf / 300 dpi
CMJN

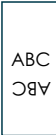


Recto
devant

Verso
derrière



20m² sur demande
480 x 320 cm
Echelle 1/2



ABC
CBV

Tête-
bêche

Couleurs quadri

CMJN

Cyan / Magenta / Jaune / Noir

120 x 160

A0 841 x 1189 mm	A1 594 x 841 mm	
B1 707 x 1000 mm	A2 420 x 594 mm	A3 297 x 420 mm
	A4 210 x 297 mm	FOLDER 100 x 210 par volets MINI-CARTE 70 x 100

111

TIPS & TRICKS

SOMMAIRE