



MEDIAIDS





# 5 redenen waarom OOH een must is

- 1 Uw doelgroep blijft niet thuis! Het is belangrijk om deze mensen buitenshuis te bereiken.
- 2 OOH-communicatie is niet gefragmenteerd en u bereikt dus gegarandeerd een grote doelgroep, met name werkenden en jongeren. OOH-communicatie op de juiste plaats zorgt er eveneens voor dat u zichtbaar bent voor nieuwsgierige mensen en liefhebbers.
- 3 Het ROI is hoger dan dat van alle media welke in 2022 werden aangeboden. De kostprijs per contact van een OOH-campagne is relatief erg laag.
- 4 Een ongeëvenaarde zichtbaarheid. Er is geen enkele manier om u weg te zappen, weg te scrollen of u te blokkeren.
- 5 Versterking van uw media-impact. Met OOH-communicatie kunt u uw online aanwezigheid, uw netwerken en uw website een boost geven.

---

#### **Five Reasons Why OOH is Essential**

1. Your audience does not stay at home! It is important to reach them outside their homes.
2. OOH communication is not fragmented, so a mass audience is assured, especially among active and young people. OOH communication in the right place does not harm your visibility for the curious and enthusiasts.
3. A higher ROI than all media on offer in 2022. The contact cost of an OOH campaign is among the most impressive.
4. Unparalleled visibility. No way to zap, scroll or block your visibility.
5. Amplify your media resonance. Thanks to OOH communication, you will be able to boost your online presence, your networks and your website.

Foto's Pascal Schyns  
Design scalp.agency  
© BHS.MEDIA  
Gedrukt in België door AZ Print  
op Soporset Premium 350 gr,  
Offset 170 gr, freelife Vellum 170 gr

Photographs Pascal Schyns  
Design scalp.agency  
© BHS.MEDIA  
Printed in Belgium by AZ Print  
on Soporset Premium 350g,  
Offset 170 gr, freelife Vellum 170g





# Uw campagne in 3 stappen



## Ontwikkeling van uw campagnestrategie

- Contact met een van onze adviseurs
- ↓
- Ontwikkelen van uw campagne
- ↓
- Bespreken van de voorgestelde campagne
- ↓
- Reserveren van media
- ↓
- Bevestiging van de campagne

## Levering van uw materialen

- Levering door de adverteerder
- ↓
- Verdeling van uw materialen in de verschillende opslagruimtes
- ↓
- Codering in ons beheersysteem
- ↓
- Organisatie door het magazijnteam

## Uitvoering van uw campagne

- Montage op de geplande dag met uw adviseur
- ↓
- Goed om te weten:** een campagne kan niet in 1 dag worden gemonteerd  
(Het monteren van een City Outdoor-campagne bijvoorbeeld duurt 5 dagen)
- ↓
- Onderhoud van uw campagne tijdens de vastgestelde periode. Verwijdering van uw campagne
- ↓
- Verzending van gebruikt materiaal voor recyclage binnen 3 werkdagen

### Your Campaign in Three Steps

#### Developing Your Campaign Strategy

Contact one of our advisors > Develop your campaign > Discussion of the proposed campaign > Book the media > Campaign Confirmation

#### Delivery of Your Equipment

Delivery by advertiser > Distribution of your equipment in the various stocks > Encoding in our management system > Organisation by the warehouse team

#### Setting up the Campaign on the Ground

Installation on the day planned with your advisor > Good to know: a campaign does not take place in one day. (For example, a City Outdoor campaign takes 5 days to set up.) > Maintenance of your campaign during the set period > Removal of your campaign > Your media sent for recycling within three working days





Index

- OUT-OF-HOME ..... 3
- UW CAMPAGNE ..... 5
- ONS DNA ..... 8
- AFFICHERING** ..... 12
- CITY CULTUUR** ..... 17
- CITY INDOOR** ..... 19
- CITY OUTDOOR** ..... 21
- CITY ACBC** ..... 23
- FIORA** ..... 25
- STREET AFFICHAGE** ..... 27
- LIJM AFFICHERING** ..... 29
- METRO INDOOR** ..... 33
- METRO OUTDOOR** ..... 35
- TOPBOARD** ..... 39
- TOPFLAG** ..... 43
- DUOBOARDS** ..... 47
- TRIOBOARDS** ..... 49
- KUBUS** ..... 51
- WELCOME TV** ..... 53
- DISTRIBUTIE** ..... 54
- TAKE ONE TOERISME** ..... 59
- TAKE ONE CULTUUR** ..... 63
- TAKE ONE BRUSSEL** ..... 65
- TAKE ONE INTERNATIONAL** ..... 67
- FRONT'ON** ..... 69
- BROCHURES ONLINE** ..... 70
- MY MAP** ..... 76
- MY FLANDERS MAP** ..... 81
- MY BRUSSELS MAP** ..... 83
- MY WALLONIA MAP** ..... 85
- VISITES PASSION** ..... 86
- VISITES PASSION VLAANDEREN** ..... 91
- VISITES PASSION MINIKAART** ..... 93
- VISITES PASSION FRONT'ON** ..... 95
- INZET VOOR ONS MILIEU** ..... 96
- TIPS & TRICKS** ..... 102



The background features three overlapping faces rendered in a red contour-line style. The faces are positioned in the upper left, lower left, and right-center areas of the frame. The lines are dense and follow the contours of the faces, creating a textured, wireframe effect. The overall color palette is a gradient from red on the left to blue on the right.

*ONS*

***DNA***

***OUR DNA***





ONS  
**DNA**

**OUR DNA**

## Korte geschiedenis van onze missie.

**BHS-Promotion** werd in 1995 opgericht om haar eerste netwerk voor **toeristische distributie in België te ontwikkelen**, door het toeristisch aanbod te centraliseren in de vorm van folders en door deze te verdelen over belangrijke locaties in het land. In 1998 werden de ondernemingen **Culture & Promotion** en **Vison-Visu** opgericht om het eerste netwerk voor **culturele distributie en affichering in steden** te ontwikkelen. In de jaren erna werden nieuwe afficheringsnetwerken ontwikkeld, zoals Fiora A0-affichering en banners op lantaarnpalen.

In 2006 kocht BHS-Promotion de onderneming **Zoom On Arts** en haar culturele distributienetwerk in Brussel. Ook richtte ze een zusteronderneming in Nice op om een netwerk voor **toeristische distributie aan de Côte d'Azur** te ontwikkelen. In 2012 verwierf **BHS-Promotion** de franchise **Visites Passion** om haar distributieaanbod in de horeca aan te vullen. In 2022 werden de vier ondernemingen gefuseerd tot één enkel team: **BHS.Media**.

**BHS.Media** is gespecialiseerd in **Out-of-Home**-communicatie voor adverteerders in de culturele, toeristische en evenementensector en beschikt vandaag de dag over meer dan 20 mediakanalen verspreid over gans België. In 25 jaar hebben onze eigen teams maar liefst **30.000 afficherings- en distributiecampaagnes** gerealiseerd.

**WIJ ZIJN DE AMBASSADEURS VAN UW COMMUNICATIE!  
DAT BESEFFEN WE, EN DUS DENKEN WE NA OVER ELKE STAP OM  
UW ONDERNEMING EEN POSITIEF IMAGO TE GEVEN.**

---

### Brief history of our mission.

In 1995, BHS-Promotion was created to develop its first tourist distribution network in Belgium, by centralising the tourist offer in the form of leaflets and distributing them in the key locations of the country. In 1998, the companies Culture & Promotion and Vison-Visu were created to develop an initial network for cultural distribution and urban display. Over the next few years, new display networks were developed, such as the Fiora A0 display and candelabra banners. In 2006, the company BHS-Promotion bought Zoom On Arts and its cultural distribution network in Brussels. It also established a sister company in Nice to develop a tourist distribution network on the Côte d'Azur. In 2012, BHS-Promotion acquired the Visites Passion franchise to complete its distribution offer in the hospitality sector. In 2022, the four companies merged to form a single team: BHS.MEDIA. Specialising in Out Of Home communication dedicated to cultural, tourism and event advertisers, BHS.MEDIA now has more than twenty media outlets spread throughout Belgium. In 25 years, no less than 30,000 poster and distribution campaigns have been set up by our own teams.

**WE ARE THE AMBASSADORS OF YOUR COMMUNICATION! WE KNOW IT, AND THAT'S WHY EVERY APPROACH IS THOUGHT OUT TO GUARANTEE A POSITIVE IMAGE OF YOUR COMPANY.**





# Affichering

Displays

A A  
Ahhh  
A A  
A A





Met affichering bereikt  
u **80%** van de bevolking

**79%** herinnert zich een affiche

**80%** of the population is affected by displays  
**79%** remember a poster

Gemiddeld brengen mensen meer dan 70% van hun tijd door buiten de eigen woning. Daar is affichering het medium dat de markt domineert. Dit medium bereikt in essentie een doelgroep die voortdurend in beweging is. Affichering is van oudsher het populairste OOH-medium in België. Statisch of dynamisch, affichering is een inclusief medium dat iedereen bereikt op bekende alledaagse plekken, in tegenstelling tot internet en mobiele media.

Meer dan ooit is het een visueel medium waarop adverteerders en merken kunnen rekenen. Het is eveneens het medium van grote bewustwordingscampagnes dankzij het brede publiek dat ermee kan worden bereikt.

---

The average person spends more than 70% of their time away from home. This is where OOH dominates the market as a medium. This medium essentially reaches a public that is constantly on the move. Display has always been the most popular OOH medium in Belgium. Whether static or dynamic, it is an inclusive medium, which unlike web and mobile, reaches everyone in familiar everyday places.

More than ever, it is an image medium on which advertisers and brands can count. It is also the medium for major awareness campaigns thanks to the large audiences it can reach.





**EXCLUSIVITEIT**

# CITY CULTUUR



Bereik uw doelgroep in een groot geografisch gebied dankzij onze affichekaders op culturele locaties. **City Cultuur** biedt een exclusieve zichtbaarheid op de plaatsen die uw doelgroep bezoekt.



De kracht van City Cultuur schuilt in haar vermogen om een publiek te bereiken dat van cultuur en evenementen houdt!

*Target your audience over a wide geographical area thanks to our executives based in cultural venues. City culture offers exclusive visibility in the places your target frequents. Its strength lies in its ability to specifically reach an audience that loves culture and events!*



**Culturele en onderwijslocaties**  
Cultural places and education



**Netwerken van 100 punten**  
100 point networks



**A2-kaders**  
A2 frames



- GEN Z    MILLENIALS    GEN X    STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN    FAMILIES    PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBIEK    LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN    ROADTRIBEURS    SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN    KOPPELS



# CITY INDOOR



Deze affichering bevindt zich voornamelijk in toiletten van restaurants en eetcafés en kent een groot aantal voordelen:

- Tijdens een toiletbezoek bevindt de doelgroep zich een tijdlang op één plek.
- Een langere leestijd.
- Uw boodschap is de enige binnen het gezichtsveld van uw doelgroep. Deze wordt dus gemakkelijker gelezen en onthouden.
- In eetcafés, bars en restaurants bereikt u een publiek met koopkracht.
- De affiches worden binnen geplaatst en zijn dus verzorgd en veilig.



Mainly located in restaurant and brasserie toilets, this display has many advantages:

- During a visit to toilets, the audience is captive.
- Increased reading time.
- The message is unique to your target's field of vision. It is therefore easier to read and remember.
- Located in brasseries, bars and restaurants, you reach an audience with purchasing power.
- Placed indoors, this display is looked after and secure.



Bars, eetcafés en restaurants

Bars, Brasseries and Restaurants



**Netwerken van 75 affichekaders in Wallonië**  
**Netwerken van 100 affichekaders in Brussel en Vlaanderen**

A network of 75 executives in Wallonia, and 100 executives in Brussels and Flanders



A2-kaders

A2 frames



- GEN Z
- MILLENNIALS
- GEN X
- STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN
- FAMILIES
- PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBLIEK
- LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN
- ROADTRIBEURS
- SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN
- KOPPELS





Rue de l'Université, Liège

# CITY OUTDOOR



De straat als speeltuin! Dit is de basis van Out Of Home communicatie. De straat is altijd de essentiële plek geweest om zich te uiten. Onze kaders op de gevels van vele winkels bieden u een stedelijke zichtbaarheid en bereiken een groot aantal mensen op alledaagse plaatsen.

*The street is ideal terrain for Out Of Home communication. It has always been the favourite place to express oneself. Our frames on the facades of many shops offer you urban visibility and reach a large number of people in everyday places.*



Street Affichage



**6.000 kaders** in België - netwerken van **100 affichekaders**



A2 kaders



- GEN Z    MILLENIALS    GEN X    STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN    FAMILIES    PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBLIEK    LIEFHEBBERS VAN CULTUUR    TOERISTEN
- ROADTRIBEURS    SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN    KOPPELS





De straat is een ideaal speelterrein voor Out-of-Home-communicatie.

Van oudsher is het een favoriete plek voor allerlei uitingsvormen. De kaders die we ter beschikking stellen op elektriciteitskasten bieden zichtbaarheid in **steden voor zowel voetgangers als automobilisten**.

*The street is ideal terrain for Out Of Home communication. It has always been the favourite place to express oneself. The screens we have available on the electrical terminals offer urban visibility for both pedestrians and motorists.*



## Elektriciteitskasten in Brussel

Electrical terminals in Brussels



## Netwerken van 100 affichekaders

Networks of 100 screens



## A1 & A2



- GEN Z
- MILLENNIALS
- GEN X
- STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN
- FAMILIES
- PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBLIEK
- LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN
- ROADTRIBEURS
- SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN
- KOPPELS



EXCLUSIVITEIT

# FIORA



Gulden Vlieslaan, Brussel

Ga de straat op en wordt zichtbaar voor uw doelgroep! **De Fiora-affichering wordt dwars op de weg geplaatst** en bevindt zich dus midden in het gezichtsveld van uw doelgroep.

Dit medium is aanwezig in alle grote steden, in winkelcentra, op sportvelden, in cinema's en in hogescholen en universiteiten, waardoor het unieke mogelijkheden biedt om uw doelgroep te bereiken.

*Take to the streets and stand with your audience! The Fiora display is placed perpendicular to the roadway in order to centre itself in your target's field of vision. In all major cities, shopping centres, sports areas, cinemas, as well as colleges and universities, this medium offers a unique targeting capability.*



Street Affichage, in het onderwijs, op sportvelden, in bushaltes.

*Street Display, education, sports fields, bus stops*



**850 in Wallonië en in Brussel**

*850 in Wallonia and Brussels*



A0 kaders



- GEN Z
- MILLENNIALS
- GEN X
- STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN
- FAMILIES
- PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBLIEK
- LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN
- ROADTRIBEURS
- SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN
- KOPPELS



# STREET AFFICHAGE

De kracht van grote steden, maar ook van kleinere. **Bereik uw doelgroep op de plaatsen die zij dagelijks bezoekt.**

Deze affichering is uitermate flexibel, zodat u gedurende een periode naar keuze kunt communiceren in een geografische zone naar keuze.



*The power of big cities but also of smaller ones. Reach your target in the places they frequent on a daily basis. Thanks to its flexibility, this display allows you to communicate in the geographical area of your choice for the duration of your choice.*



Winkels, horeca

*Shops, Hospitality businesses*



A3 & A2



- GEN Z
- MILLENIALS
- GEN X
- STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN
- FAMILIES
- PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBLIEK
- LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN
- ROADTRIBEURS
- SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN
- KOPPELS





# LIJM AFFICHERING



Deze iconische afficering in het stedelijk landschap **biedt een sterke zichtbaarheid dankzij de herhaalde plaatsing.**

*This iconic display which fits into the urban landscape offers high visibility thanks to its repetitive installation*



Afficheringszuilen en -panelen

*Columns and billboards*



B1, A0 & 120 x 160 cm



- GEN Z
- MILLENIALS
- GEN X
- STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN
- FAMILIES
- PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBLIEK
- LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN
- ROADTRIBEURS
- SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN
- KOPPELS



# te de Namur

Matongé



JCDecaux

<p>10.11 → 10.12.2022 <b>ANIMAL FARM</b> 02 505 30 30 www.theatreduparc.be</p>	<p>13.10.22 → 15.01.23 <b>SHIN HANGA</b> THE NEW PRINTS OF JAPAN 1900-1960 ART &amp; HISTORY MUSEUM</p>	<p>Museo japonés del Barco de Arte de Bélgica Kabukicho Museo voor Schone Kunsten van België <b>Frida Kahlo</b> Miradas de Mujeres <b>Isabelle de Borchgrave</b> 14.03.2022 - 23.02.2023 JijfmarktBelgië line-art.be</p>	<p><b>arié</b> mandelbaum Jewish Museum of Belgium 1.000 Brussels 16.09 - 22.05.03</p>
<p>Museo japonés del Barco de Arte de Bélgica Kabukicho Museo voor Schone Kunsten van België <b>Picasso</b> &amp; Abstraction 14.03.2022 - 23.02.2023 JijfmarktBelgië line-art.be</p>	<p><b>LISETTE MODEL</b> MUSEE DE LA PHOTOGRAPHIE 20.10.2022 - 29.01.2023</p>	<p>MARIE-MONT <b>ÉGYPTÉ</b> ÉTERNELLE PASSION 24.09.2023 - 16.04.2023 MUSÉE ROYAL DE MARIE-MONT</p>	<p><b>SCIENCE</b> BIG ARHUSTICA IN NOVEMBER 2022 CONCERTS IN NOVEMBER 2022</p>

BHS MEDIA info@bhs.media +32 (0)27 534 34 24





EXCLUSIVITEIT

# METRO INDOOR

De Brusselse metro wordt jaarlijks door meer dan 400 miljoen reizigers gebruikt! Met deze affichering kunt u uw **zichtbaarheid onder reizigers drastisch vergroten**.

De metro wordt intensief gebruikt door zowel Brusselaren, pendelaars als toeristen, dus u bereikt zowel een lokaal als toeristisch publiek met een aanbod dat voldoet aan de vraag.

*The Brussels metro registers annual traffic of more than 400 million users! This display offers you the possibility of dramatically increasing your visibility with travellers. Heavily frequented by locals and tourists, you reach both a local audience and also those passing through with an offer relevant to demand.*



Brusselse metro

Brussels metro



Netwerken van **50 zijden**



A2



GEN Z   MILLENNIALS   GEN X   STUDENTEN  
JONGE WERKENDEN   FAMILIES   PROFESSIONALS  
UITGAANGSPUBLIEK   LIEFHEBBERS VAN CULTUUR  
TOERISTEN   ROADTRIBEURS   SPORTIEVE PERSONEN  
AUTOMOBILISTEN   **PENDELAARS**   KOPPELS







# METRO OUTDOOR

Deze affichering is bijzonder effectief, omdat adverteerders hun doelgroep kunnen bereiken op essentiële momenten tijdens hun reis.



- Met Metro Outdoor kunt u pendelaars bereiken, maar ook voetgangers en automobilisten.
- Bovendien bereikt u toeristen met een aanbod dat voldoet aan de vraag.
- Onze mediadragers zijn voornamelijk geïsoleerd in het stedelijk landschap, wat uw affiche nog zichtbaarder maakt.

*This display is particularly effective because it allows advertisers to reach their target at key moments in their journey.*

- *It reaches commuters as well as pedestrians and motorists.*
- *You also reach passing tourists with an offer relevant to demand.*
- *Our screens are mainly isolated in the urban landscape which makes your poster even more visible.*



In- en uitgangen van de Brusselse metro, bushaltes.

*Entrances and exits of the Brussels metro, bus stops.*



Netwerken van **25 zijden**



120 x 160 cm



- GEN Z
- MILLENNIALS
- GEN X
- STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN
- FAMILIES
- PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBIEK
- LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN
- ROADTRIEURS
- SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN
- PENDELAARS**
- KOPPELS



OPRL  
Orchestre  
Philharmonique  
Royal de Liège

www.oprl.be  
04 220 00 00

OPRL

Les Beautitudes

Franck  
10/12/22  
20h

OPRL

Symphonic Gospel

OPRL

Symphonic Gospel

CAR RENTAL →



# TOPBOARD



Koningsstraat, Brussel

## Niet te missen in de grote steden.

Voetgangers, fietsers en automobilisten kunnen zich niet op straat begeven zonder uw reclame te zien. Een echte must in Out-of-Home-communicatie.

Deze enorme affichering tooit de stad in de kleuren van uw evenement! Met dit medium kunt u de wijken bereiken waar u zichtbaar wilt zijn, wanneer u dat wilt.



*Indispensable in big cities . Pedestrians, cyclists or motorists will not be able to go down the street without seeing your advertisement. It is a must in Out Of Home communication. This exceptional display dresses the city in the colours of your event! This medium allows you to target the neighbourhoods where and when you want to be visible.*



## Hoofddassen van Luik en Brussel

*Main thoroughfares of Liège and Brussels*



## 500 zijden



100 x 135 cm in Brussel (*Brussels*)  
en 120 x 160 cm in Luik (*Liège*)



- GEN Z
- MILLENNIALS
- GEN X
- STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN
- FAMILIES
- PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBLIEK
- LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN
- ROADTRIBEURS
- SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN
- KOPPELS



13.10.22 → 15.01.23  
**SHIN HANGA**  
THE NEW PRINTS OF JAPAN 1900-1960



ART & HISTORY MUSEUM

Logos: Brussels, Knack, EXPO 2017, and various accessibility icons.

13.10.22 → 15.01.23  
**SHIN HANGA**  
THE NEW PRINTS OF JAPAN 1900-1960



ART & HISTORY MUSEUM

13.10.22 → 15.01.23  
**SHIN HANGA**  
THE NEW PRINTS OF JAPAN 1900-1960



ART & HISTORY MUSEUM

LIBERTES





# TOPFLAG

## Een must in grote steden.

Voetgangers, fietsers en automobilisten zullen niet de straat op kunnen zonder uw publiciteit te zien. Dit is een must in Out Of Home communicatie. Deze buitengewone affichering kleedt de stad in de kleuren van uw evenement! Met dit medium kunt u zich richten op de buurten waar u zichtbaar wilt zijn en wanneer u maar wilt.



*Indispensable in big cities . Pedestrians, cyclists or motorists will not be able to go down the street without seeing your advertisement. It is a must in Out Of Home communication. This exceptional display dresses the city in the colours of your event! This medium allows you to target the neighbourhoods where and when you want to be visible.*



Grote invalswegen in Brussel en Luik



Netwerken van **minimaal 50 zijden**



100 x 300 cm



- GEN Z
- MILLENNIALS
- GEN X
- STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN
- FAMILIES
- PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBLIEK
- LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN
- ROADTRIBEURS
- SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN
- KOPPELS



| mars >  
mois arts de la scène

# Festival au carré

théâtre  
danse  
musique  
cirque

1<sup>er</sup> → 10 juillet  
- Mons -  
*La vie est une fête!*



www.surmars.be

| mars >  
mois arts de la scène

# Festival au carré

théâtre  
danse  
musique  
cirque

1<sup>er</sup> → 10 juillet  
- Mons -  
*La vie est une fête!*



www.surmars.be

cuisinella

WATERSPORT

KREFFEL

17 17  
3 3

16 16  
WELCOME

RETRAIT





# DUOBOARDS

## Shoppingcentrum Les Grands Prés verwelkomt maandelijks meer dan 700.000 bezoekers!

Met deze affichering kunt u uw zichtbaarheid bij een groot publiek drastisch vergroten. Het afdrucken op Akylux garandeert bovendien een uitstekende weersbestendigheid en herbruikbaarheid.



*The Grands Prés commercial site records traffic of more than 700,000 visitors per month! This display offers you the chance of massively increasing your visibility with a large audience. In addition, printing on Akylux guarantees excellent weather resistance and can be reused.*



Shoppingcentrum Les Grands Prés Bergen

Grands Prés Mons Shopping Centre



30 zijden



A0



- GEN Z
- MILLENIALS
- GEN X
- STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN
- FAMILIES
- PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBLIEK
- LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN
- ROADTRIBEURS
- SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN
- KOPPELS





# TRIOBOARDS



**Dit medium wordt langs de weg geplaatst** voor een uitstekende zichtbaarheid voor automobilisten, voetgangers, fietsers en pendelaars.

*Media placed at the side of the road guaranteeing good visibility for drivers, pedestrians, cyclists and commuters.*



Langs de kant van de weg

*Along the roadside*



90 zijden



80 x 120 cm



- GEN Z
- MILLENNIALS
- GEN X
- STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN
- FAMILIES
- PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBLIEK
- LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN
- ROADTRIBEURS
- SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN
- KOPPELS
- PENDELAARS



# KUBUS

Dit grote medium wordt geplaatst op strategische en zelfs ongewone locaties, **trekt de aandacht en wakker de nieuwsgierigheid aan**. Deze marketingtool wordt ingezet in grote steden om zowel een lokaal publiek als studenten en toeristen te bereiken.

Met digitaal printen kunt u uw creativiteit de vrije loop laten om een origineel medium te creëren en u te onderscheiden in het stedelijk landschap.

*Located in strategic and sometimes even unusual places, this extraordinary medium attracts the eye and arouses curiosity. This marketing tool present in the big cities will reach both a local audience but also students and tourists. Give free rein to your creativity with digital printing to create an original medium which stands out in the urban landscape.*



Street affichage



3X3m en 4x4m



- GEN Z
- MILLENNIALS
- GEN X
- STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN
- FAMILIES
- PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBLIEK
- LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN
- ROADTRIBEURS
- SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN
- KOPPELS





# WELCOME TV

Trek de aandacht en wakker de nieuwsgierigheid aan. Met Welcome TV geeft u uw creativiteit een ruime baan en trekt u uw doelgroep aan met een levendige plek op de belangrijkste toeristische en culturele hotspots in België. Dankzij een aantrekkelijke video onthoudt uw doelgroep uw boodschap snel en gemakkelijk.



*Catch the eye and arouse curiosity. With Welcome TV, unleash your creativity and attract your audience with an animated spot in the main tourist and cultural hotspots of Belgium. With an engaging video, your audience will easily and quickly pick up on your message.*



Drukbezochte culturele en toeristische locaties, evenals wegrestartants.

*Places with high cultural and tourist traffic as well as motorway service stations.*



Meer dan **75 schermen** in België

*More than 75 screens in Belgium*



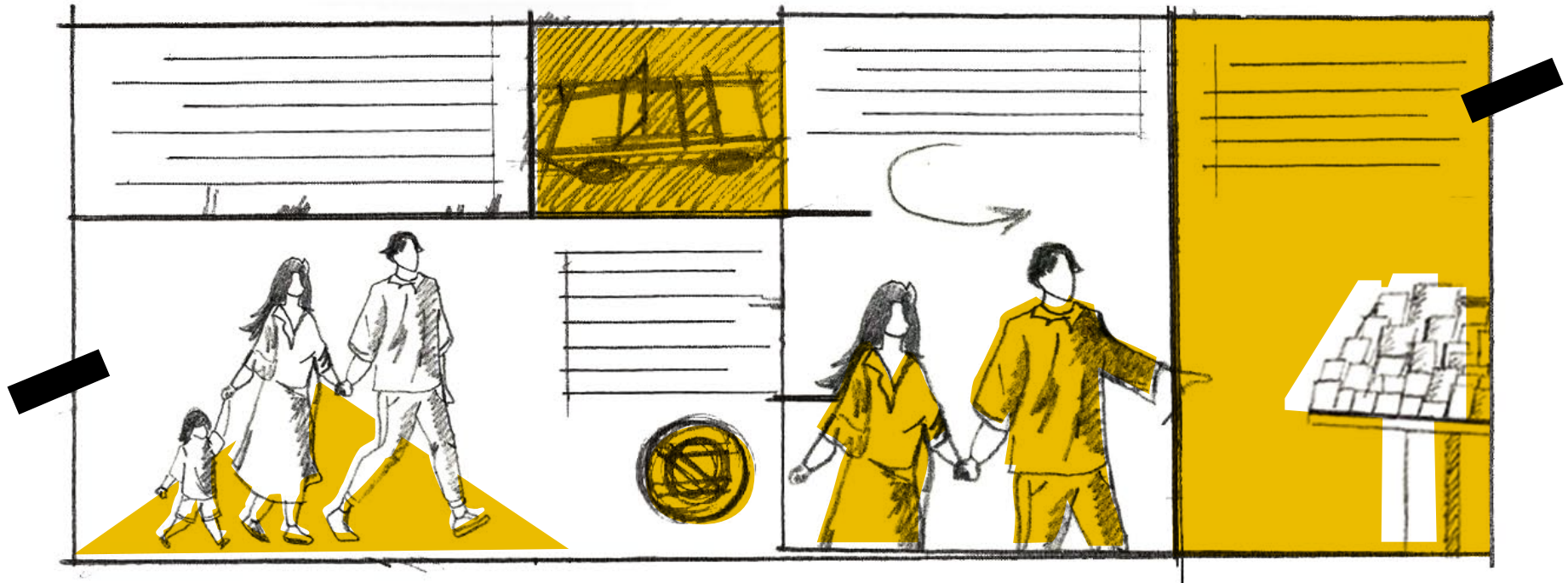
Tv-spot of stilstaand beeld - 1920 x 1080 pixels

*TV spot or still image - 1920 x 1080 pixels*



- GEN Z    MILLENIALS    GEN X    STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN    FAMILIES    PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBIEK    LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN    ROADTRIBEURS    SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN    KOPPELS

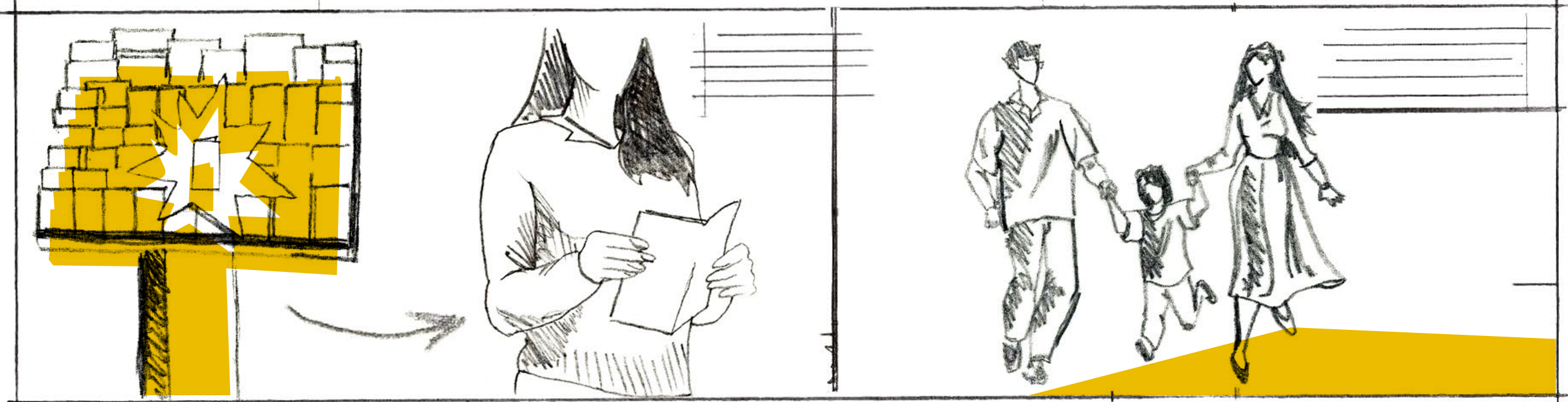
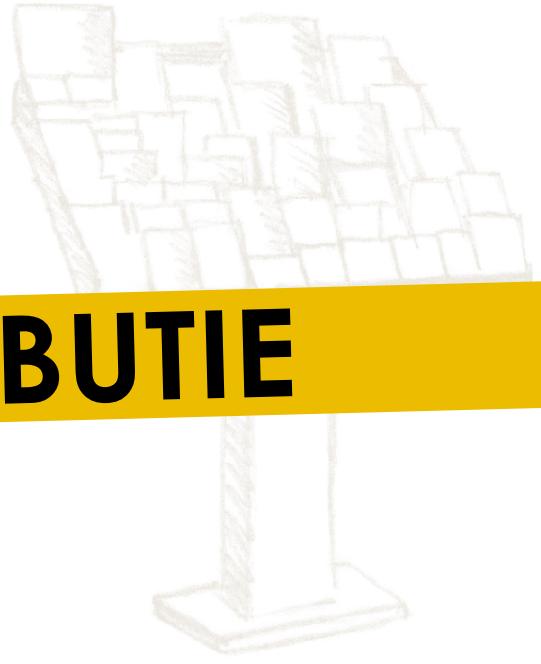




# DISTRIBUTIE



Distribution







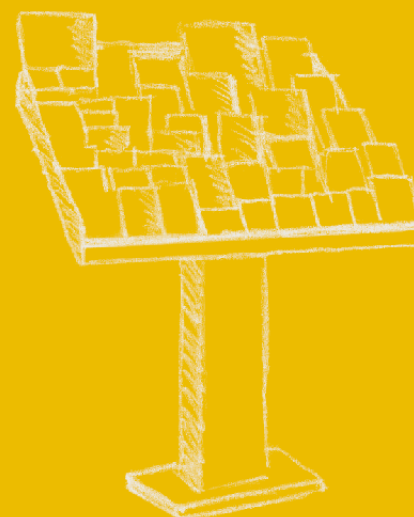
De voorkeursmethode  
om informatie te verspreiden.

**4 VAN DE  
5 BEZOEKERS NEMEN  
BROCHURES MEE  
TIJDENS HUN  
VAKANTIE,**

**78% IS VAN PLAN  
EEN ONTDEKTE  
LOCATIE TE  
BEZOEKEN**

**4.000 VERSPREIDINGSPUNTEN.**

*The preferred method of information.  
4 out of 5 visitors take brochures during their stay,  
78% plan to visit a discovery site  
4,000 broadcast points.*



## Informatie om mee te nemen

**BHS.MEDIA** biedt het grootste distributienetwerk in België, met meer dan **4.000 verspreidingspunten**.

In welke sector u ook actief bent, bij ons vindt u een oplossing om uw folders en brochures zo effectief mogelijk te verspreiden onder uw doelgroep.

Wij zoeken naar plaatsen die druk worden bezocht om er een display met gratis brochures te kunnen neerzetten. Dankzij deze werkwijze kunnen we uw informatie strategisch aanbieden in de besloten omgeving van cinema's, pretparken, hogescholen, universiteiten, toeristische informatiepunten, hotels, wegrestaurants, musea, enzovoorts. Anders dan bij flyeren onderneemt uw doelgroep zelf actie, waardoor u deze rechtstreeks bereikt en de impact op het milieu beperkt blijft. Wat wilt u nog meer?

Brochures triggeren bij meer dan **7 op de 10 gebruikers een koop- en bezoekintentie**. Ze genereren hits op websites en in mobiele apps waar de aankoop wordt verwezenlijkt. Gedrukte materialen blijven **de favoriete 'in-market'-informatiemethode** van bezoekers.

De brochures worden gepresenteerd op het moment dat bezoekers in de buurt zijn en actief op zoek zijn naar wat ze kunnen zien, doen en bewonderen

### Take-away Info

*BHS.MEDIA offers the largest distribution network in Belgium comprising more than 4,000 distribution points.*

*Whatever your field of activity, you will find a solution to distribute your leaflets and brochures most effectively to your target.*

*For you, we unearth the places with high attendance to place a free distribution display. This technique allows us to offer private and strategic distribution in cinemas, amusement parks, colleges, universities, tourist offices, roadhouses, museums, hotels, etc. Unlike flyering, your target who picks up is interested and directly reached while limiting your environmental impact. What else?*

*Brochures trigger the intention to visit and purchase in more than 7 out of 10 users. They generate traffic on sites and mobile applications, where the act of purchase takes place. Printed materials remain the preferred method of in-market information for visitors. The brochures are presented at the precise moment when the visitor is nearby and actively looking for what they can do, see and enjoy*



# TAKE ONE TOERISME

De distributie van **folders in displays** is de beste manier om uw boodschap op strategische locaties te verspreiden terwijl u uw communicatie beschermt.



- Dankzij distributie kunt u uw doelgroep in een groot geografisch gebied bereiken.
- Met distributie kunt u uw creativiteit de vrije loop laten.
- De verhouding tussen kostprijs en contact is optimaal.
- U richt uw communicatie op strategische plekken.
- Dit medium is eenvoudig en voor iedereen toegankelijk.
- Dit medium is beschermd, zodat u kunt vertrouwen op een verzorgde en gecontroleerde verspreiding.

*The distribution of leaflets in displays is the best way to spread your message in strategic places while protecting your communication.*

- The distribution makes it possible to reach your target over a wide geographical area.
- The distribution leaves plenty of scope for your creativity.
- The contact cost ratio is optimised.
- You target your communication in strategic places.
- This medium is simple and accessible to all.
- This medium is protected to guarantee careful and regular distribution.

Hotels, aparthotels, attracties en toeristische bestemmingen, campings, wegre-restaurants en toeristische informatiepunten (VVV-kantoren en andere toeristische diensten).



*Hotels, aparthotels, tourist attractions and areas, campsites, roadhouses and tourist information points (tourist offices, etc.)*



Meer dan **650 displays** verspreid over België

*More than 650 displays spread across Belgium*



- GEN Z
- MILLENNIALS
- GEN X
- STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN
- FAMILIES
- PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBLIEK
- LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN
- ROADTRIBEURS
- SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN
- KOPPELS









Le BAM, Bergen

**TIP :**

**BHS.MEDIA** heeft een tip om de impact van uw campagne te maximaliseren. Als u geen folders hebt om u aanbod aan te vullen, waarom zou u uw affiche-afbeelding dan niet aanpassen **om er postkaarten van te maken?** Zo kunnen uw klanten een herinnering aan uw campagne meenemen en delen met hun omgeving zodat het bereik van uw boodschap toeneemt. **Vraag onze experts om advies als u meer informatie wenst.**

*BHS.MEDIA offers you a tip to maximise the impact of your campaign. If you don't have leaflets to complete your offer, why not adapt your display visual to make postcards? This will allow your customers to take a souvenir of your campaign and share it with those around them, thus increasing the reach of your message. Ask our experts for further information...*

# TAKE ONE CULTUUR

De distributie van **folders in displays** is de beste manier om uw boodschap op strategische locaties te verspreiden terwijl u uw communicatie beschermt.

- Dankzij distributie kunt u uw doelgroep in een groot geografisch gebied bereiken.
- Met distributie kunt u uw creativiteit de vrije loop laten.
- De verhouding tussen kostprijs en contact is optimaal.
- U richt uw communicatie op strategische plekken.
- Dit medium is eenvoudig en voor iedereen toegankelijk.
- Dit medium is beschermd, zodat u kunt vertrouwen op een verzorgde en gecontroleerde verspreiding.



*The distribution of leaflets in displays is the best way to spread your message in strategic places while protecting your communication.*

- The distribution makes it possible to reach your target over a wide geographical area.
- The distribution leaves plenty of scope for your creativity.
- The contact cost ratio is optimised.
- You target your communication in strategic places.
- This medium is simple and accessible to all.
- This medium is protected to guarantee careful and regular distribution.



Schouwburgen, expositieruimtes, musea, theaters, bibliotheken, shoppingcentra, hogescholen, universiteiten

*Concert halls, exhibition venues, museums, theatres, libraries, shopping malls, colleges, universities*



**Meer dan 750 displays** verspreid over België



- GEN Z
- MILLENNIALS
- GEN X
- STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN
- FAMILIES
- PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBIEK
- LIEFHEBBERS VAN CULTUUR**
- TOERISTEN
- ROADTRIBEURS**
- SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN
- KOPPELS



# TAKE ONE BRUSSEL

De distributie van **folders in displays** is de beste manier om uw boodschap op strategische locaties te verspreiden terwijl u uw communicatie beschermt.

- Dankzij distributie kunt u uw doelgroep in een groot geografisch gebied bereiken.
- Met distributie kunt u uw creativiteit de vrije loop laten.
- De verhouding tussen kostprijs en contact is optimaal.
- U richt uw communicatie op strategische plekken.
- Dit medium is eenvoudig en voor iedereen toegankelijk.
- Dit medium is beschermd zodat u kunt vertrouwen op een verzorgde en gecontroleerde verspreiding.



*The distribution of leaflets in displays is the best way to spread your message in strategic places while protecting your communication.*

- *The distribution makes it possible to reach your target over a wide geographical area.*
- *The distribution leaves plenty of scope for your creativity.*
- *The contact cost ratio is optimised.*
- *You target your communication in strategic places.*
- *This medium is simple and accessible to all.*
- *This medium is protected to guarantee careful and regular distribution.*

- Het Brusselse leven:** bars, restaurants, cafés, sportcentra, winkels, parkings ...
- Onderwijs:** hogescholen, universiteiten, kunstacademies, dansacademies, muziekacademies, opleidingscentra ...
- Musea en vrije tijd:** musea, expositieruimtes, VVV-kantoren, toeristische trekpleisters ...
- Instellingen, zakelijk en bestuur:** gemeentebesturen, zakencentra, hoofdkantoren van ondernemingen, kamers van koophandel, verenigingen ...
- Accommodaties:** hotels, pensions, Aparthotels ...
- Podiumkunsten:** schouwburgen, theaters, cinema's, culturele centra ...
- Literatuur en pers:** bibliotheken, boekwinkels, cultuurcentra, literaire centra, community radio's, geschreven pers, televisiepers ...



*Brussels life: bars, restaurants, cafes, sports centres, shops, car parks...  
Education: colleges, universities, art schools, dance academies, music academies, training centres...  
Museums and Leisure: museums, exhibition halls, tourist offices, tourist sites, etc.  
Institutions, Business and Admin.: municipal authorities, business centres, company headquarters, chambers of commerce, associations...  
Accommodation: hotels, hostels, Aparthotels ...  
Performing arts: concert halls, theatres, cinemas, cultural centres, etc.  
Literature and press: libraries, bookstores, culture points, literary centres, community radio stations, written press, television press...*



Meer dan 625 displays in Brussel



- GEN Z
- MILLENNIALS
- GEN X
- STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN
- FAMILIES
- PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBLIJK
- LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN
- ROADTRIPEURS
- SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN
- KOPPELS



TIP :

BHS.MEDIA heeft een tip om de impact van uw campagne te maximaliseren. Als u geen folders hebt om u aanbod aan te vullen, waarom zou u uw affiche-afbeelding dan niet aanpassen **om er postkaarten van te maken?** Zo kunnen uw klanten een herinnering aan uw campagne meenemen en delen met hun omgeving zodat het bereik van uw boodschap toeneemt. **Vraag onze experts om advies als u meer informatie wenst.**

*BHS.MEDIA offers you a tip to maximise the impact of your campaign. If you don't have leaflets to complete your offer, why not adapt your display visual to make postcards? This will allow your customers to take a souvenir of your campaign and share it with those around them, thus increasing the reach of your message. Ask our experts for further information...*







# TAKE ONE INTERNATIONAL

**Vergroot uw bezoekersaantallen** door een geïnteresseerde, dynamische en gemotiveerde doelgroep aan te spreken!  
Een internationale aanwezigheid heeft ook een positieve impact op uw imago en bekendheid.



*Increase your number of visitors by attracting an interested, dynamic and motivated public!  
An international presence will also have a positive impact on your image and your profile.*



Noord-Frankrijk, Duitsland, Nederland, Luxemburg.  
*North France, Germany, Netherlands, Luxembourg*



- GEN Z    MILLENIALS    GEN X    STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN    FAMILIES    PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBIEK    LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN    ROADTRIBEURS    SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN    KOPPELS



# FRONT'ON



Dit medium vult uw distributie aan en zorgt voor **een echte zichtbaarheidsboost!** Er zijn geen grenzen aan de productie. Met een model op maat maakt u uw communicatie creatief en leidt u de doelgroep naar uw brochure. **FRONT'ON** trekt de aandacht van uw doelgroep, zodat uw folder vaker uit de display wordt gepakt.

*This medium completes your distribution by bringing it a real boost of visibility! There is no limit to how many. With a personalised cut, make your communication creative and direct the public to your brochure. FRONT'ON positively enhances take-up of your leaflet in the display by capturing your target's gaze.*



Zichtbaarheid in toeristische en culturele trekpleisters in België.

*Visibility in the tourist and cultural venues of Belgium.*



- GEN Z    MILLENIALS    GEN X    STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN    FAMILIES    PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBIEK    LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN    ROADTRIBEURS    SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN    KOPPELS





BRoC hUR ES

ONLINE







Gratis service



Geen  
voorraadtekorten  
= geen verspilling

Leveringstermijn van  
10 dagen



## Online bestelservice **brochuresonline.info**

Dankzij dit eenvoudige, effectieve systeem kunnen toeristische en culturele dienstverleners precies de juiste hoeveelheid folders aanvragen.

### Bent u een professional in de toeristische, vrijetijds- of cultuursector?

Op de website **brochuresonline.info** kunt u door ons geselecteerde **brochures, toeristische en culturele folders** bestellen, zodat u deze documentatie ter beschikking kunt stellen aan **uw bezoekers**.

*Online Ordering Service  
brochuresonline.info*

*This simple and effective system allows tourism and cultural service providers to receive the quantity of leaflets that they actually require.*

*Are you a professional in tourism, leisure or culture ?  
The brochuresonline.info site allows you to order brochures, tourist and cultural leaflets selected by ourselves, to make this documentation available to your customers.*



*Free Service  
No stock shortage = no waste  
10 days = delivery time*





 EXCLUSIVITEIT

# BROCHURES ONLINE



Op deze bestelsite kunnen professionals in toerisme regelmatig de gewenste hoeveelheden bestellen.

*This ordering site allows tourism professionals to regularly order quantities that they actually require.*

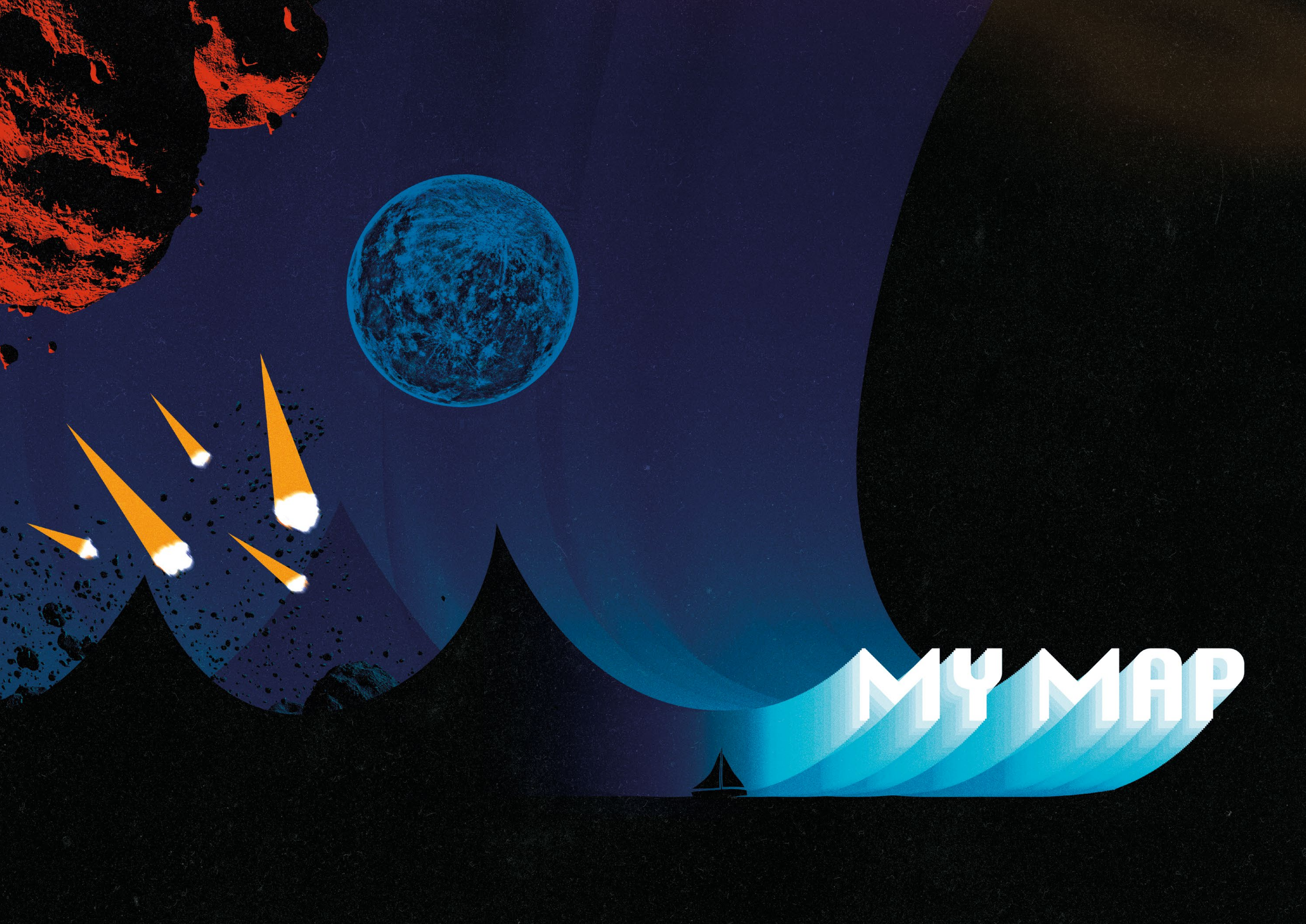


Online Order



- GEN Z
- MILLENNIALS
- GEN X
- STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN
- FAMILIES
- UITGAANGSPUBLIEK
- LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN
- ROADTRIBEURS
- SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN
- KOPPELS
- PROFESSIONALS**





MY MAP





Toeristische kaarten  
zijn de belangrijkste  
beïnvloeder van  
bezoekers tijdens  
hun verblijf.

**73%**  
van de gebruikers  
verandert hun  
programma na een  
kaart te hebben  
geraadpleegd.

*Tourist maps are the most influential thing for visitors during their stay.  
73% of users modify their programme after consulting a map.*

Onze kaarten zijn veel meer dan  
een eenvoudig plan.

Wil je België anders ontdekken?

Onze **plannen** geven een **ander beeld** van ons land door  
niet alleen **Belgische hotspots** op de kaart aan te duiden  
maar ook de **kleine culturele en toeristische plaatsen**.

**Gratis verkrijgbaar** in hotels, toeristische infopunten,  
toeristische gebieden en toeristische bestemmingen.  
Wij produceren meer dan **1 miljoen plannen** welke ons  
**toelaat om 7.500.000 toeristen** te bereiken die ieder jaar  
ons land graag ontdekken!

Toeristische kaarten en brochures zijn de grootste beïnvloe-  
der voor bezoekers die internet, informatiepunten en sociale  
netwerken raadplegen.

**Toeristische kaarten beïnvloeden 52% van de reizigers bij de  
planning van een reis.**



➤ EXCLUSIVITEIT

# MY FLANDERS MAP



Deze kaart speelt de rol van toeristische gids voor bezoekers. Dit medium biedt u de mogelijkheid **om u te positioneren op een kaart die op grote schaal wordt verspreid**, bij een publiek dat meerdere regio's en meerdere toeristische en culturele attracties wil ontdekken.

*This map acts as a tourist guide for visitors. This medium offers you the chance to locate yourself on a map distributed on a grand scale to a public wishing to explore several regions and several tourist and cultural attractions.*



Be everywhere!



**300.000 kaarten** verspreid over meer dan **1.500 punten**

*300,000 maps distributed in more than 1,500 points*



- GEN Z
- MILLENIALS
- GEN X
- STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN
- FAMILIES
- PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBLIEK
- LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN**
- ROADTRIBEURS
- SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN
- KOPPELS





# MY BRUSSELS MAP



Meer dan een plattegrond van Brussel!  
Deze kaart helpt toeristen om de toeristische en culturele trekpleisters in de hoofdstad te vinden.

Dit medium, dat wordt verspreid via meer dan 500 displays en wordt afgeleverd bij Brusselse hoteleigenaren, biedt u een unieke mogelijkheid om u **te positioneren als een plaats in Brussel die bezoekers absoluut niet mogen missen.**



*More than a map of Brussels!  
This card accompanies tourists through the tourist and cultural sites of the capital.  
Distributed in more than 500 displays and delivered to Brussels hoteliers, this media offers you the unique possibility of positioning yourself in the essential places of Brussels.*



Be everywhere!



**500.000 kaarten** verspreid over meer dan **1.500 punten**

*500,000 maps distributed in more than 1,500 points*



- GEN Z    MILLENIALS    GEN X    STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN    **FAMILIES**    PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBIEK    **LIEFHEBBERS VAN CULTUUR**
- TOERISTEN**    **ROADTRIBEURS**    SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN    **KOPPELS**



➤ EXCLUSIVITEIT

# MY WALLONIA MAP



Deze kaart speelt de rol van toeristische gids voor bezoekers. Dit medium biedt u de mogelijkheid **om u te positioneren op een kaart die op grote schaal wordt verspreid**, bij een publiek dat meerdere regio's en meerdere toeristische en culturele attracties wil ontdekken.

*This map acts as a tourist guide for visitors. This medium offers you the chance to locate yourself on a map distributed on a grand scale to a public wishing to explore several regions and several tourist and cultural attractions.*



Be everywhere!



**500.000 kaarten** verspreid over meer dan **1.500 punten**

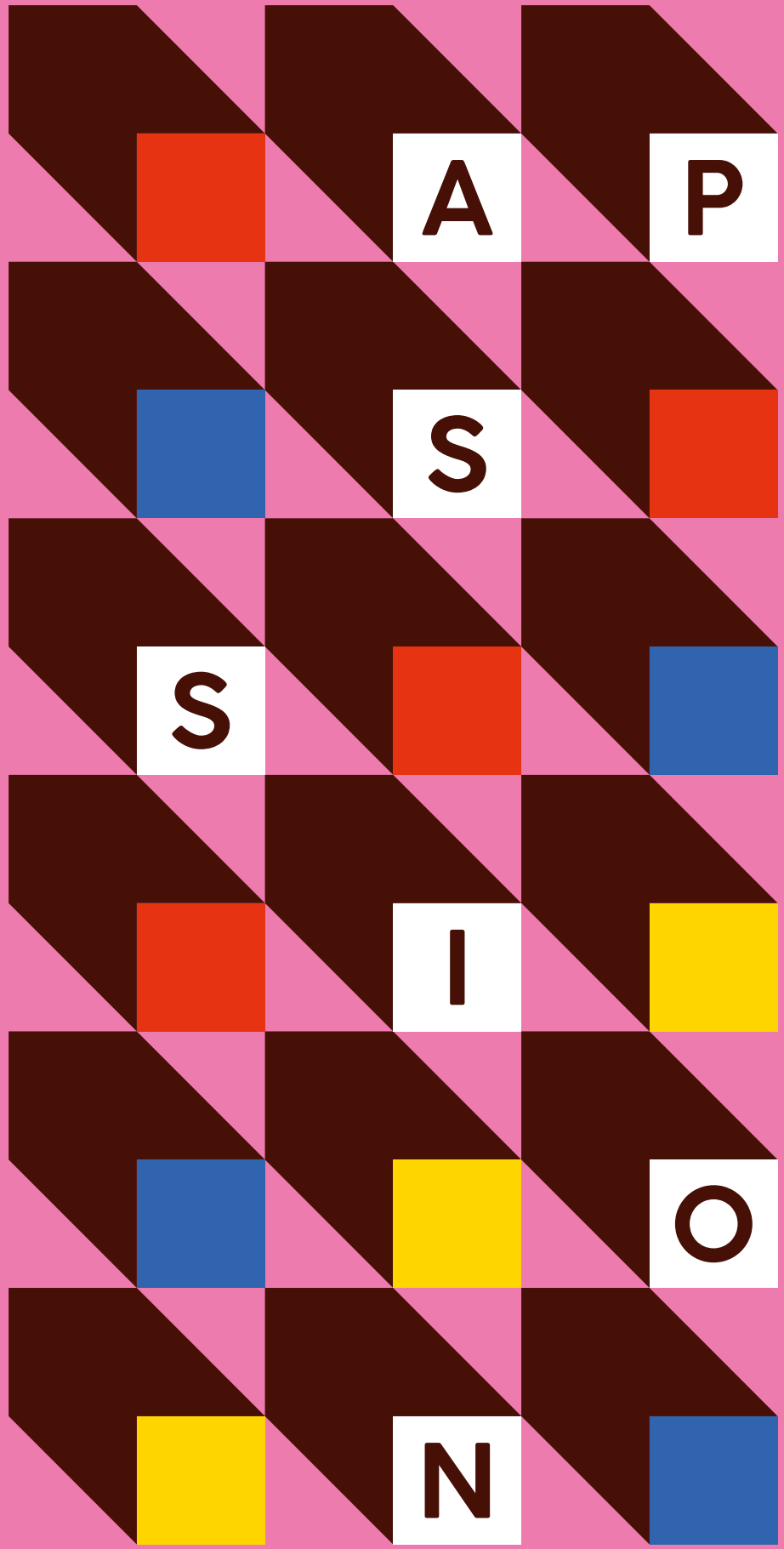
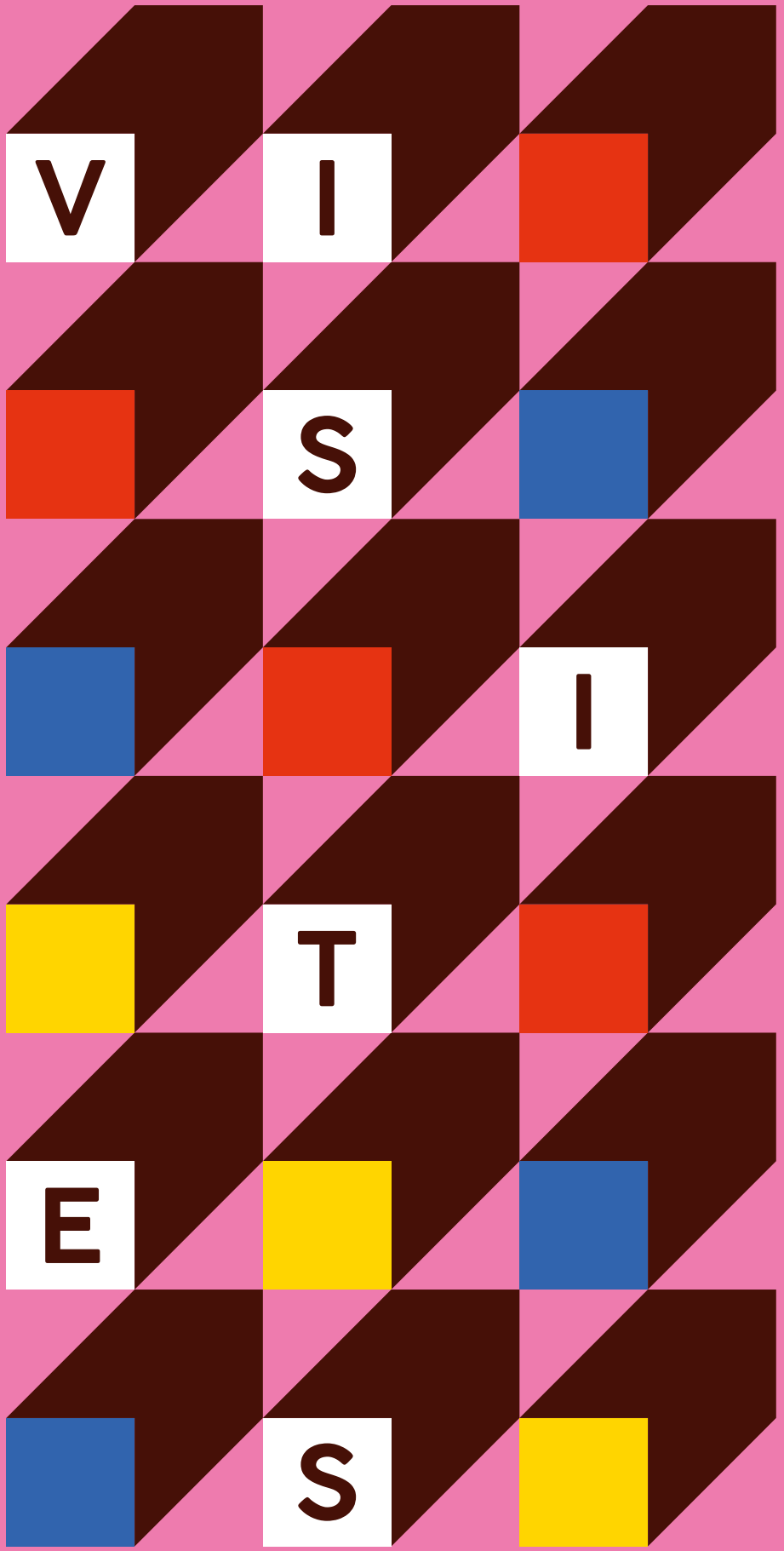
*500,000 maps distributed in more than 1,500 points*



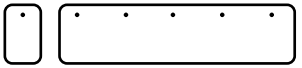
- GEN Z
- MILLENNIALS
- GEN X
- STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN
- FAMILIES
- PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBIEK
- LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN
- ROADTRIBEURS
- SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN
- KOPPELS











Meer dan  
**1200**  
punten

**73%**

van de bezoekers  
maakt plannen om  
een bezienswaar-  
digheid te bezoeken na een mini-  
kaart te hebben  
meegenomen

+ 1200 POINTS  
73% of visitors plan to visit an attraction after picking  
up a mini-map

## VISITES PASSION MINIKAART

**Klein formaat,  
immense impact!**

De **VISITES PASSION-displays** zijn verspreid over het hele grondgebied (meer dan 1200 locaties), in restaurants, eetcafés, accommodaties, toeristische bestemmingen, toeristische informatiepunten en musea.

De **VISITES PASSION-kaarten** helpen passerende bezoekers zich te oriënteren dankzij duidelijke, beknopte informatie over de activiteiten in de buurt van hun accommodatie.

Dankzij hun handig formaat zijn ze gemakkelijk mee te nemen en hebben ze echte impact op uw kostprijs per contact.

**73% van de bezoekers die een minikaartje meenemen, overwegen hun vakantieprogramma aan te passen.**

*VISITES PASSION, Mini-Map  
Mini format,  
maximum impact!*

*The VISITES PASSION displays are distributed throughout the country (more than 1200 points), in restaurants, brasseries, accommodation establishments, tourist areas, tourist offices and museums.*

*The VISITES PASSION maps help guide passing visitors through clear and concise information on the activities near their place of accommodation.*

*Their size, convenient to be taken with you, will have a real impact on your cost/contact. 73% of visitors who take a brochure plan to modify the programme for their stay.*



# VISITES PASSION VLAANDEREN



Dankzij hun handig formaat zijn ze **gemakkelijk mee te nemen** en hebben ze **echte impact op uw doelgroep**.

*Their size, convenient to be taken with you, will have a real impact on your target.*



Accommodaties, eetcafés, restaurants, bars en recreatie.

*Accommodation, brasseries, restaurants, bars and leisure.*



Vlaanderen

*Flanders*



Miniformaat van 70 x 100 mm  
Voor- en achterzijde

*Mini format of 70 x 100 mm - Recto/verso*



- GEN Z   MILLENIALS   GEN X   STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN   FAMILIES   PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBIEK   LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN   ROADTRIBEURS   SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN   KOPPELS





# VISITES PASSION MINIKAART



De **VISITES PASSION-minikaarten** helpen passerende bezoekers zich te oriënteren dankzij duidelijke, beknopte informatie over de activiteiten in de buurt van hun accommodatie. **Het aantrekkelijke formaat is gemakkelijk mee te nemen en te bewaren** voor later gebruik.

*The VISITES PASSION mini-maps help guide passing visitors through clear and concise information on the activities near their place of accommodation. Its attractive format is easy to carry and store for future reading or use.*



Accommodaties, eetcafés, restaurants, bars en recreatie.

*Accommodation, brasseries, restaurants, bars and leisure.*



Wallonië, Brussel en gîtes

*Wallonia, Brussels and accommodation establishments*



Miniformaat van 70 x 100 mm  
Voor- en achterzijde

*Mini format of 70 x 100 mm - Recto/verso*



- GEN Z
- MILLENIALS
- GEN X
- STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN
- FAMILIES
- PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBIEK
- LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN
- ROADTRIBEURS
- SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN
- KOPPELS





# FRONT'ON VISITES PASSION



📍 Plopsaqua, Hannuut

Dit medium vult uw VISITES PASSION-distributie aan en zorgt voor **een echte zichtbaarheidsboost!** Er zijn geen grenzen aan de productie! Met een ontwerp op maat maakt u uw communicatie creatief en leidt u de doelgroep naar uw minikaart. **FRONT'ON Visites Passion** trekt de aandacht van uw doelgroep, zodat uw **minikaart** vaker uit de display wordt gepakt.

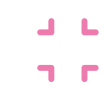


*This medium complements your VISITES PASSION distribution by giving it a real boost in visibility! There is no limit to how many! With personalised graphics, make your communication creative and direct the public to your mini-map. The FRONT'ON Visites Passion positively enhances take-up of your leaflet in the display by capturing your target's gaze.*



Accommodaties, eetcafés, restaurants, bars en recreatie.

*Accommodation, brasseries, restaurants, bars and leisure.*



Formaat van 394 x 100 mm - Recto



- GEN Z    MILLENIALS    GEN X    STUDENTEN
- JONGE WERKENDEN    FAMILIES    PROFESSIONALS
- UITGAANGSPUBIEK    LIEFHEBBERS VAN CULTUUR
- TOERISTEN    ROADTRIBEURS    SPORTIEVE PERSONEN
- AUTOMOBILISTEN    KOPPELS











# ONZE BELOFTE

Digitaal is in opkomst, en velen denken nog steeds dat het altijd milieuvriendelijker is. Dat idee klopt niet. Hier een paar feiten om te verduidelijken.

- Een papieren flyer heeft 3,3 keer minder impact op het milieu dan een video die op sociale media wordt geplaatst.
- Een papieren mailing heeft 1,7 keer minder impact op de ozonlaag dan een elektronische mailing.

Maar het gaat zelfs nog verder. De grote sociale media zijn hier een goed voorbeeld van. In 2019 heeft Facebook 252.000 ton CO2 uitgestoten en de verzending van een enkele e-mail veroorzaakt 10 gram CO2 ... In een wereld waarin 'digitaal' steeds meer in opmars is, is het verstandig om uzelf de vraag te stellen: "Is het echt beter voor het milieu?".

## AZP

AZ Print is al meer dan 20 jaar onze partner.

Dit familiebedrijf bestaat al 5 generaties en is zich bewust van de uitdagingen rondom duurzame ontwikkeling. AZ Print hecht dan ook veel waarde aan maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). De doelstelling van deze onderneming is het bereiken van een positieve impact op de maatschappij.

AZ Print is een voorloper op het vlak van **alcoholvrij** afdrukken en beschikt over milieucertificaten, met name het **FSC-label** dat een bewijs is van verantwoord bosbeheer en het **IMPRIM'VERT-label** dat als doel heeft de impact op het milieu te beperken. Om haar ecologische voetafdruk te minimaliseren, gebruikt de onderneming bij voorkeur stoffen met een verlaagde impact, zoals plantaardige inkt en inkt die geschikt zijn voor levensmiddelen.



### OUR COMMITMENT

With the advent of digital, many people still have this received idea "digital = eco-friendly." However, here are some numbers to bear in mind.

- A paper flyer has 3.3 times less impact on the environment than a video posted on social networks.
- A paper mailshot has 1.7 times less impact on the ozone layer than an e-mailshot.

But it does not stop there. Social media giants are also a good example. In 2019, Facebook emitted 252,000 tons of CO2, sending a single e-mail emits 10 grams of CO2, ... In a world where digital is taking up more and more space, it is wise to ask the question: "Is it really greener?"

AZ Print has been our partner for over twenty years.

A family business for five generations, it is aware of the issues related to sustainable development and attaches great importance to Corporate Social Responsibility (CSR). Their goal is to have a positive impact on society.

AZ Print is a pioneer of alcohol-free printing and has ecological certifications, in particular the FSC label which attests to responsible forest management and the IMPRIM'VERT label which aims to reduce environmental impacts. To minimise its environmental footprint, the company favours the use of low-impact substances, such as vegetable-based and food-grade inks.



Bovendien is het gebouw van de onderneming uitgerust met 500 zonnepanelen. Deze leveren de helft van de energie die nodig is voor haar machines. Alle verlichting van de onderneming is ledverlichting en de recyclage van al het afval wordt toevertrouwd aan erkende bedrijven die zich aan alle geldende milieuvorschriften houden.



Bossen vertragen de klimaatverandering en zijn de belangrijkste reservoirs van biodiversiteit. Om die reden wordt een percentage van elke gerealiseerde campagne gedoneerd aan GoForest, dat toegankelijke en transparante oplossingen biedt om bomen te planten met impact. Voor een Out-Of-Home-campagne moeten veel papieren materialen worden bedrukt. Na elke campagne maken we er een erezaak van om de gebruikte materialen te sorteren en af te voeren naar sorteer- en recyclagecentra, zodat ze een tweede leven krijgen!

In samenwerking met onze partners bieden we u de mogelijkheid om uw banners te hergebruiken door ze te transformeren in nieuwe communicatiemiddelen, zoals mappen voor uw persberichten of tassen voor uw team.

Wij dragen bij aan een schoner milieu door te investeren in zachte mobiliteit, met elektrische fietsen voor onze aanplakkers en hybride voertuigen voor onze teams.

In addition, their building is equipped with 500 solar panels which provide half of the energy needed for its machines. All of the company's lighting is made up of LEDs, and the recycling of all waste is entrusted to approved companies that comply with all environmental regulations in force.

Forests slow down climate change and they are our main reservoirs of biodiversity. That's why a percentage of each completed campaign is donated to GoForest which offers accessible and transparent solutions to plant trees, making an impact. An Out Of Home campaign requires the printing of a lot of paper media. After each campaign, we make it a point of honour to sort the media used and send them to sorting and recycling centres to give them a second life!

In collaboration with our partners, we propose upgrading your banners by transforming them into new communication tools such as folders for your press releases or bags for your team.

We contribute to a cleaner environment by investing in sustainable transport with electric bikes for our displays and hybrid vehicles for our teams.





# TIPS & TRICKS



**MEDIA**  
TIPS & TRICKS





# VEELGESTELDE VRAGEN

FREQUENTLY ASKED QUESTIONS

## A. Waar moet ik mijn materiaal afleveren?

Deze informatie vindt u op de voorlaatste pagina van uw offerte. Wij beschikken over 3 opslagruimtes in België.

- Opslagruimte Antwerpen: Mechelsesteenweg, 203A - 2830 Blaasveld
- Opslagruimte Brussel: Mechelsesteenweg, 414 / B11 - 1930 Zaventem
- Opslagruimte Luik: Voie du belvédère, 6 - 4100 Seraing

In het algemeen dient u uw materiaal af te leveren bij de opslagruimte in de regio waar uw campagne wordt gehouden. Bijvoorbeeld: voor distributie in Vlaanderen kunt u uw materiaal afleveren bij onze opslagruimte in Vlaanderen

## B. Wanneer moet ik mijn materiaal afleveren?

Deze informatie vindt u onder de post 'media' van uw offerte. Voor een goed verloop van uw campagne is het essentieel dat u uw materiaal ten minste 15 dagen vóór de aanvang van de voorziene campagne aanlevert.

## C. Wat zijn de aanbevolen formaten?

Wij gebruiken voornamelijk de standaard papierformaten. Formaat voor distributie: A6, postkaart, Amerikaans formaat, A5 en A4 (en andere op verzoek) Formaat voor affichering: A2, A0, 120 x 160 (en andere op verzoek).

*A. Where should I have my materials delivered?*

*This information can be found on the second to last page of your quote. We have three stores in Belgium.*

- Antwerp Store: Mechelsesteenweg, 203A - 2830 Blaasveld
- Brussels Store: Mechelsesteenweg, 414 / B11 - 1930 Zaventem
- Liège Store: Voie du Belvédère, 6 - 4100 Seraing

*In general, you can have your materials delivered to the store where your campaign will take place. For example, for distribution in Flanders, you can deliver to our store in Flanders.*

*B. When should I have my materials delivered? This information can be found in your quote. For the smooth running of your campaign, it is essential to deliver your materials at least fifteen days before installation.*

*C. What are the recommended formats? We mainly use standard paper formats.*

*Distribution format: A6, Postcard, US, A5 and A4 (and others on request)  
Display format: A2, A0, 120 x 160 (and others on request).*

## D. Hoe maak ik mijn affiche en/of mijn folder?

We geven u enkele tips op de pagina 'Tips' hierna.

## E. Is affichering duurzaam?

Wij spannen ons tot het uiterste in voor verantwoorde afficheringscampagnes. Meer informatie vindt u op de pagina 'Onze belofte'.

## F. Kunnen jullie ook fotorapportages maken?

Ja, neem gerust contact op met uw adviseur.

## G. Wat zijn de grafische criteria voor de aan te leveren bestanden?

(Voorbeeld voor een affiche)

- PDF (ingesloten lettertypen en afbeeldingen)
- CMJN
- 300 dpi
- 5 mm veiligheidsmarge voor het definitieve formaat (bruikbaar oppervlak)
- 3 mm afloop, met snijtekens

**De specifieke details worden aan u medegedeeld, afhankelijk van het gekozen medium.**

## H. Kunnen jullie een visual voor me maken?

Ja, neem gerust contact op met uw adviseur. We werken samen met een team dat gespecialiseerd is in grafische creaties voor gebruik in uw Out-of-Home-campagnes: Scalp.agency

*D. How do I make my poster and/or leaflet? We give you some tips on the "Tips" page below.*

*E. Is OOH a sustainable medium? We do our best to make our media ecologically friendly. There is further information on the "Our Commitment" page.*

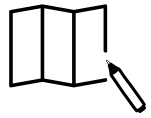
*F. Do you produce photo stories? Yes, don't hesitate to ask your advisor.*

*G. What are the graphic criteria for the files to be provided to you? (Example for a poster)*

- PDF (embedded fonts and images)
  - CMYK
  - 300dpi
  - 5mm safety margin for the final format (usable surface)
  - 3mm bleed, with crop marks
- More specific details will be sent depending on the media chosen.*

*H. Can you create a visual for me? Yes, don't hesitate to ask your advisor. We collaborate with a specialist graphic creations team you can use in your Out Of Home campaigns: the Scalp.agency*





# TIPS VOOR EEN BROCHURE

Uw brochure is een zeer effectieve tool indien deze is afgestemd op de drager en de doelgroep! Hier volgen enkele basisprincipes en -regels om het meeste uit uw distributie te halen:

**Geef de voorkeur aan beleving:** kies foto's waarop bezoekers en beleefde ervaringen te zien zijn, in plaats van statische beelden.

**Verwijs naar sociale media:** hebt u positieve reacties gekregen op uw sociale media? Vermeld ze in uw brochure. Uw doelgroep kan dan verder zoeken op het internet.

**Richt u op vrouwen:** internationaal onderzoek heeft aangetoond dat vooral vrouwen displays en de folders in de displays gebruiken. Maak uw visuals dus voor deze doelgroep!

**Denk digitaal:** digitaal is doorgedrongen tot alle domeinen van ons leven, en het nut ervan is overduidelijk! Help uw klanten om in actie te komen: zet één of meer QR-codes die verwijzen naar uw website op de brochure.

**Pas de content aan:** maak het lezen gemakkelijk, houd het kort. Bezoekers lezen de tekst niet als die te lang is, zelfs niet als er boeiende informatie in staat.

**Besteed aandacht aan uw foto's:** zij bepalen of een toerist ervoor kiest uw brochure te pakken ...

---

*Your brochure is a very effective tool if it suits its medium and its audience!*

*To help you get the most out of your distribution, here are some basic principles and rules:*

- *Prioritise "experience": choose photos that depict visitors, lived experiences rather than institutional images.*
- *Name the social networks: do you have good comments on your social networks? Highlight them on your brochure. Your target will be able to continue research on the internet.*
- *Target women: international studies have shown that the majority of displays and flyers are used by women. Create your visuals for this audience!*
- *Think digital: Digital is essential in all areas of our lives, and its usefulness is well established! Make it easier for your customers to take action: place one or more QR codes on your brochure that lead to your website.*
- *Adapt the content: make it easy to read, keep it short, get to the point - because visitors won't read it if it's long, even if exciting information is hidden in your text.*
- *Pay attention to the photos: they are what will make a tourist decide to take your brochure...*

**De lay-out - zorg voor een goede zichtbaarheid in displays:** besteed de meeste aandacht aan het bovenste derde deel van de folder, want in de meeste displays is alleen dit deel van uw flyer zichtbaar.

Zet de naam van uw activiteit erop, zo nodig sleutelwoorden om uw aanbod te identificeren (bijv. waterrecreatie, klimpark) en noem eventuele speciale aanbiedingen.

- **Titel:** de titel trekt de aandacht van uw doelgroep. Deze moet duidelijk en informatief zijn, zich op het bovenste derde deel van uw brochure bevinden en zeer goed leesbaar zijn afgedrukt. Herhaal de titel aan de achterkant van de folder voor het geval een lezer de folder omgekeerd terugzet in de display.
- **Afbeeldingen:** de aantrekkelijkheid van het document is grotendeels afhankelijk van de foto's en illustraties.
- **Essentieel:** de technische en esthetische kwaliteit van uw foto's. Een strak, sober concept is altijd aantrekkelijker. (Vermijd 'patchwork'-achtige presentaties en exotische lettertypen).
- **Informatie:** vermeld uw gegevens op de achterkant van de folder en voeg eventueel een routebeschrijving toe, evenals het openbaar vervoer waarmee uw locatie kan worden bereikt. Vergeet niet om uw openingstijden, tarieven en een link naar uw website te vermelden!
- **Talen:** vertaal de belangrijke delen van uw boodschap.

#### **Technische elementen:**

- **Afmetingen:** onze displays zijn geschikt voor folders tot A4-formaat, maar we raden de afmetingen 10 x 21 cm aan (Amerikaans formaat).
- **Papier:** houd u aan de volgende papiergewichten, zodat uw folders goed rechtop in de displays blijven staan: flyer (ongevouwen): minimaal 200 g/folder 1 of 2 vouwen: minimaal 135 g.

---

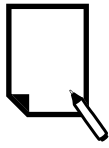
*The layout - work on visibility for displays: favour the upper third of the flyer: in most displays, only this part of your flyer will be visible. Place the name of your activity, keywords if necessary to identify your offer (e.g.: water-sports, tree climbing, etc.) and, if applicable, a special offer.*

- *Title: it attracts the attention of your target. Clear and informative, it should be positioned in the upper third of the brochure and printed very legibly. It will be repeated on the back of the leaflet, in case a reader places your document upside down in the display.*
- *Images: The attractiveness of the document is largely based on the photos and illustrations.*
- *Essential: the technical and aesthetic quality of your photographs. A clean concept is always more attractive. (Avoid "patchwork" type presentations and exotic fonts).*
- *Information: Specify your contact details on the back of the leaflet and possibly complete with an access plan as well as the public transport serving your establishment. Do not forget to indicate opening hours, prices and a link to your website!*
- *Languages: Translate the important parts of your message.*

#### *The technical elements:*

- *Dimensions: Our displays can accommodate leaflets up to A4 format, but we recommend dimensions 10 x 21 cm (US format).*
- *Paper: So your leaflets stand well on the displays, respect the following weights of paper: Flyer (1 flap): minimum 200 g / leaflet 2 or 3 flaps: minimum 135g.*





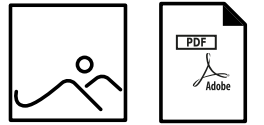
# TIPS VOOR EEN AFFICHE

**Bepaal uw doelgroep:** bedenk welk publiek u met uw affiche wilt bereiken en stem het design daarop af.

- **Kies een duidelijke en pakkende titel:** de titel moet de aandacht van de toeschouwer trekken.
- **Gebruik aantrekkelijke visuele elementen:** selecteer afbeeldingen of prenten van hoge kwaliteit die bijdragen aan het illustreren van uw boodschap en die de aandacht van de toeschouwer trekken.
- **Houd het simpel:** voorkom wanorde door de negatieve ruimtes te gebruiken en beperk het aantal elementen op uw affiche.
- Gebruik een sterke grafische identiteit: gebruik de kleuren, lettertypen en het logo van uw merk om een samenhangende uitstraling te creëren en uw merk herkenbaar te maken.
- **Zorg dat het affiche leesbaar is:** gebruik een lettergrootte en -kleur die op afstand goed leesbaar zijn.
- **Zorg voor een Call to Action:** moedig de toeschouwer aan om een specifieke handeling te verrichten, zoals het bezoeken van uw website, het reserveren van plaatsen of het bellen van een telefoonnummer.
- **Test en verfijn:** laat uw affiche aan enkele personen zien en vraag hen om commentaar. Voer de nodige wijzigingen door om de effectiviteit van het ontwerp te verbeteren.

*Define your target audience: think about the audience you want to reach with your poster and adapt the design.*

- *Choose a clear and catchy title: The title should grab the viewer's attention.*
- *Use compelling visuals: Select high-quality images or graphics that help illustrate your message and grab the viewer's attention.*
- *Keep it simple: Avoid clutter by using negative space and limit the number of elements on the poster.*
- *Use a strong graphic identity: Incorporate your brand colours, fonts and logo to create a cohesive look and establish brand recognition.*
- *Make sure the poster is readable: use a font size and colour that is easy to read from a distance.*
- *Set up a Call To Action: Encourage the viewer to take a specific action, such as visiting your website, ordering tickets, or calling a phone number.*
- *Test and refine: Show your poster to a few people and get their feedback. Make necessary changes to improve design effectiveness.*



# TE VERSTREKKEN MATERIALEN

## BIJVOORBEELD:

### Als wij het afdrukken voor u verzorgen\*

> Wij vragen u om een **bestand** met de volgende kenmerken:

- PDF (ingesloten lettertypen en afbeeldingen)
- CMJN
- 300 dpi
- 5 mm veiligheidsmarge voor het definitieve formaat (bruikbaar oppervlak)
- 3 mm afloop, met snijtekens
- Documenten per afzonderlijke pagina ...

### Als wij het grafische aspect voor u verzorgen \*

> Wij vragen u om de volgende bestanden:

- **Logo in vectorbestand**
- **Afbeeldingen** in hoge definitie op schaal 1/1 (min. 300 dpi) in een .tiff / .jpg bestand

### Als wij uw digitale communicatie voor u verzorgen\*

> Wij vragen u om alle gangbare bestanden van het type jpeg.

**Termijn** \* Minimaal 15 dagen vóór de montage van uw campagne.



\* De specifieke details worden aan u medegedeeld, afhankelijk van het gekozen medium.

*For example:*

*If we take care of the printing \**

*> We will ask you for a file:*

*PDF (embedded fonts and images), CMYK, 300dpi, 5 mm safety margin of the final format (usable surface), 3mm bleed, with crop marks, Documents page by page...*

*If we do the graphics \**

*> We will ask you for files:*

*Logo in vector file, images at 1/1 scale (min. 300 dpi) in .tiff / .jpg.*

*If we take care of your digital communication \**

*> We will ask you for all common files as: jpeg.*

*Deadline \* Minimum 15 days before setting up your campaign.*

*\* More specific details will be sent depending on the media chosen.*



# DE BESCHIKBARE VORMEN

**FLYER**  
105 x 148 mm

**FOLDER**  
100 x 210 mm  
105 x 210 mm

**BROCHURES**

**BROCHURES 2 VOLETS**  
210 x 210 mm

**BROCHURES 3 VOLETS**  
297 x 210 mm  
plis accordéon

**BROCHURES 3 VOLETS**  
297 x 210 mm  
plis portefeuille

**TOPFLAG BRUXELLES WALLONIE**  
100 x 300 cm

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

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

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

**ORIFLAMME**  
70 x 380 cm

**FRONT'ON VP**  
394 x 100 mm  
+ perforation

**MINIKAART**  
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

**METRO OUTDOOR**  
120 x 160 cm

**VLAG LIÈGE**  
200 x 180 cm

**KUBUS**  
4 x 4 m  
3 x 3 m

Afloopzone

Definitief formaat

Nuttig oppervlak (maximale tekstzone)

Snijtekens

Te ontvangen bestand .pdf / 300 dpi CMJN

Voorzijde

Achterzijde

20m<sup>2</sup> sur demande  
480 x 320 cm  
Echelle 1/2

Keerdruk

Quadri-kleuren  
CMJN  
Cyan / Magenta / Jaune / Noir

120 x 160

**A0**  
841 x 1189 mm

**A1**  
594 x 841 mm

**A2**  
420 x 594 mm

**A3**  
297 x 420 mm

**A4**  
210 x 297 mm

**FOLDER**  
100 x 210  
par volets

**MINIKAART**  
70 x 100

**B1**  
707 x 1000 mm



