

De lichtrein rijdt het station binnen



In heel wat stations kun je er niet naast kijken: de lichtaffiches die een parfum, kledingstuk, hifi-installatie of auto aanprijzen. Maar weet u wie achter de schermen de touwtjes in handen heeft? More Trans Publifer.



Reclame op spoorwegterrein is natuurlijk de verantwoordelijkheid van de concessiehouder Publifer, waarin de NMBS een aanzienlijk kapitaaldeel heeft. Maar sinds de introductie van de lichtaffiches heeft Publifer een vennootschap aangegaan met More Group, dé specialist van de 40m²-affiches en beter bekend onder zijn oude naam, More O'Ferrall. "Voor de verlichte affiches van 2m² hebben Publifer en More Group immers een gezamenlijke investering gedaan onder de noemer More Trans Publifer" zegt Serge De Wulf, directeur-generaal van Publifer. "Publifer is natuurlijk nog steeds concessiehouder en blijft verantwoordelijk voor de klassieke niet-verlichte affiches die vooral een cultureel en institutioneel karakter hebben. Publifer is verantwoordelijk voor de plaatsing en het onderhoud ervan."

De grote merken

De lichtaffiches worden nog wel beheerd door Publifer, maar de commercialisering van de adver-

teerruimte voor de reclamebureaus wordt geregeld in samenwerking met More Group. "In deze lichtaffichkasten adverteren de grote productmerken. Daartoe is een actief beleid nodig voor de contacten met de grote adverteerders die over aanzienlijke budgetten beschikken en bovendien kan er een beroep worden gedaan op de relaties van de studie- en marketingdienst van More Group."

More Trans Publifer vervangt de affiches wekelijks, in de nacht van maandag op dinsdag. More Trans Publifer is eveneens verantwoordelijk voor de controle, het onderhoud en het schoonmaken van de lichtaffichkasten.

Waarom was synergie met een grote reclameaffichegroep noodza-

kelijk? Lichtaffichkasten installeren en de advertieerruimte commercialiseren is een hele kunst die bovendien grote investeringen vergt. Volgens Serge De Wulf was het "natuurlijk niet aan de NMBS om een dergelijke riskante investering te doen. Reclame is nu eenmaal niet haar domein."

Kleur, gezelligheid, veiligheid

Wat is het voordeel voor Publifer van een dergelijke samenwerking? "Zo kunnen we makkelijker de adverteerders van de merken-campagnes aantrekken" antwoordt Serge De Wulf. "Uit een studie onder het publiek blijkt dat de ongeveer 300 lichtaffichkasten in de 39 Belgische stations waar ze zich momenteel bevinden een kleurrijke, gezellige en veilige sfeer creëren.

Om te bepalen waar de kasten precies moesten komen is een gedetailleerde studie uitgevoerd: ze zijn steeds geplaatst tegenover de voorbijgangersstromen (halls, trappen, gangen, perrons) en tegen de muren, opdat ze nooit een obstakel zouden vormen.

"Ook het spoorwegpersoneel heeft de lichtaffiches positief onthaald: tijdens de plaatsing was er een vlotte samenwerking met de technici van de NMBS en het personeel reageert positief" bevestigt Serge De Wulf. "Geef toe dat de lichtaffiches de stations in een modern kleedje stoppen."

