

More Trans PubliFer: la lumière entre en gare



En parcourant nombre de gares, vous avez sans doute eu le regard happé par les affiches publicitaires lumineuses vantant les mérites d'un parfum, d'un vêtement, d'un appareil hi-fi ou d'une voiture. Mais savez-vous qui se cache derrière ? More Trans PubliFer.

La publicité sur le territoire du chemin de fer, c'est bien sûr l'affaire de PubliFer, concessionnaire dans le capital duquel la SNCB dispose d'une importante participation. Mais depuis l'apparition des affiches éclairées, PubliFer s'est associé à More Group, grand spécialiste de l'affichage 40 m², plus connu sous son ancienne dénomination, More O'Ferrall.

"Pour les besoins de l'affichage 2 m² éclairé, PubliFer et More Group ont en effet opéré un investissement combiné, More Trans PubliFer" explique Serge De Wulf, Directeur Général de PubliFer. "PubliFer reste bien sûr le concessionnaire et continue à assurer seul l'affichage classique non-éclairé, qui est essentiellement culturel et institutionnel. PubliFer effectue le placement et l'entretien de ces emplacements".

En revanche, en matière d'affichage éclairé, si la gestion reste du ressort de PubliFer, la commercia-



lisation des espaces vers les agences, quant à elle, se fait avec le concours de More Group.

Grandes marques

"Ces espaces sous caisson lumineux visent des produits de grandes marques. Ils nécessitent une démarche active vers les grands annonceurs disposant de budgets importants, et peuvent donc bénéficier des relations du service Etudes et Marketing de More Group". Les affiches sont remplacées chaque semaine par More Trans PubliFer. Cela se fait dans la nuit de lundi au mardi. C'est également More Trans PubliFer qui effectue le contrôle, l'entretien et le nettoyage des caissons lumineux. Pourquoi une synergie avec un

grand groupe de l'affichage publicitaire ? Installer des caissons lumineux et commercialiser l'espace publicitaire qu'ils offrent, c'est un métier. Et cela nécessite un investissement important. "Ce n'était bien sûr pas à la SNCB de faire un tel investissement à risques", considère Serge De Wulf. "La publicité n'est pas son activité à elle".

Couleur, convivialité, sécurité

Quel est l'avantage d'une telle collaboration pour PubliFer ? "Cela nous permet d'attirer plus facilement les annonceurs de campagnes d'images de marque", poursuit Serge De Wulf. "Une enquête réalisée auprès du public démontre que les quelque 300 caissons confèrent aux 39 gares du pays où ils sont actuellement placés une image de couleur, de convivialité et de sécurité. La disposition des caissons a fait l'objet d'une étude d'implantation détaillée: ils se trouvent toujours face aux axes de circulation des passants (halls, escaliers, couloirs, quais) et contre des murs, de manière à ne jamais constituer un obstacle.

Ces caissons éclairés ont recueilli un bon accueil auprès des cheminots: nous avons eu une bonne collaboration des techniciens SNCB lors du placement, et la réaction du personnel est positive" commente encore Serge De Wulf. "Il faut dire que ces caissons donnent aux gares un aspect moderne".

