



Samenwerking tussen Passe-Partout en Troie

PASSE-PARTOUT EN ZIJN NIEUWE COMMUNICATIEPARTNER

Passe-Partout, de grootste Belgische perstitel met 108 edities en meer dan 4.000.000 lezers, heeft het agentschap 'Troie' als communicatiepartner gekozen. 4 jaar na de keuze van de naam Passe-Partout voor de totaliteit van de edities over heel het land, wil de uitgever de bekendheid en vooral de sympathie voor het merk versterken. Troie is geselecteerd na verschillende meetings met agentschappen van een shortlist waar ook DG Brussels, TBWA en JWT op stonden.

"De benadering van Troie combineert een nationale imago-campagne met een inventieve aanpak op het terrein die de nieuwsgierigheid en de belangstelling van onze lezers zal prikkelen. Wij bouwen verder aan de relatie met onze lezers, zoals het een echt persproduct betaamt" legt Thierry Geerts, Managing Director van de pool Gratis Regionale Pers van Corelio, uit. Het agentschap verheugt zich ook op de nieuwe samenwerking. "Het biedt ons de mogelijkheid om te tonen op nationaal niveau, wat wij bedoelen met 'Welcome Advertising' versie Passe-Partout en om van deze perstitel een merk te maken dat leeft onder de Belgen" voegt David Grünwald, Algemeen Directeur van Troie, eraan toe.

PASSE-PARTOUT, EEN NATIONALE PERSTITEL VAN NABIJHEID

Met trots bevestigt Thierry Geerts eveneens dat "het nationale karakter van Passe-Partout samen met de volledige geografische dekking in België een zeer belangrijke troef is geworden". Het geheel van alle edities van Passe-Partout en de gebundelde krachten van de groep in alle commerciële zones van België, maakt van Passe-Partout een zeer sterke speler ten aanzien van de volledige populatie en alle doelgroepen. Wij hebben veel geïnvesteerd in het gelijkstromen van de verschillende edities, op gebied van redactie, maar eveneens op vlak van formaat en lay-out, om éénzelfde kwaliteit te kunnen bieden aan alle klanten en lezers.

We maken van Passe-Partout het sterkste lokaal en regionaal merk, met een nationale dimensie !

Door de band met de lezers te verstevigen, versterkt Passe-Partout haar rol als informatiebron en als platform voor het andere nationale merk van Corelio : Spotter. Deze naam herbergt alle zoekertjes en rubriekadvertenties van de dagbladen van Corelio.

PASSE-PARTOUT, PAS UIT EN KESKISPAS : **UPGRADE VAN DE GRATIS PERS**

Passe-Partout rekent niet enkel op de communicatie om de Gratis Regionale Pers te herpositioneren.

Parallel aan de campagne, werkte de uitgever aan een veelbesproken imago boost van de Gratis Pers door de herlancering van het "glossy en gratis citymagazine" Pas-uit – Keskispas. " Pas-uit en Keskispas breken met alles wat op dit moment bestaat in termen van "Gratis Pers" kondigt Thierry Geerts aan. We zullen een volledig complementair en niet-concurrentieel productengamma opbouwen. Onze gratis magazines die te vinden zijn in de displays zijn ook onderscheidend op vlak van verschijningsinterval (maandelijks), vorm en papier. Het is vooral dankzij hun identiteit, de perceptie en verwachtingen van de lezer dat deze merken zich onderscheiden van onze huis-aan-huis bladen.

We blijven uiteraard een multi-regionale uitgever, maar we worden bovendien ook een nationale multi-merken uitgever.

Voor meer informatie, gelieve contact op te nemen met :

Thierry Geerts, Bestuurder - Algemeen Directeur Passe-Partout
Tel. : +32 (0) 16/44 28 12
E-mail : thierry.geerts@passe-partout.be

David Grünewald, Brand Protector
Tel. : +32 (0) 475/91.25.25
E-mail : david@troie.be