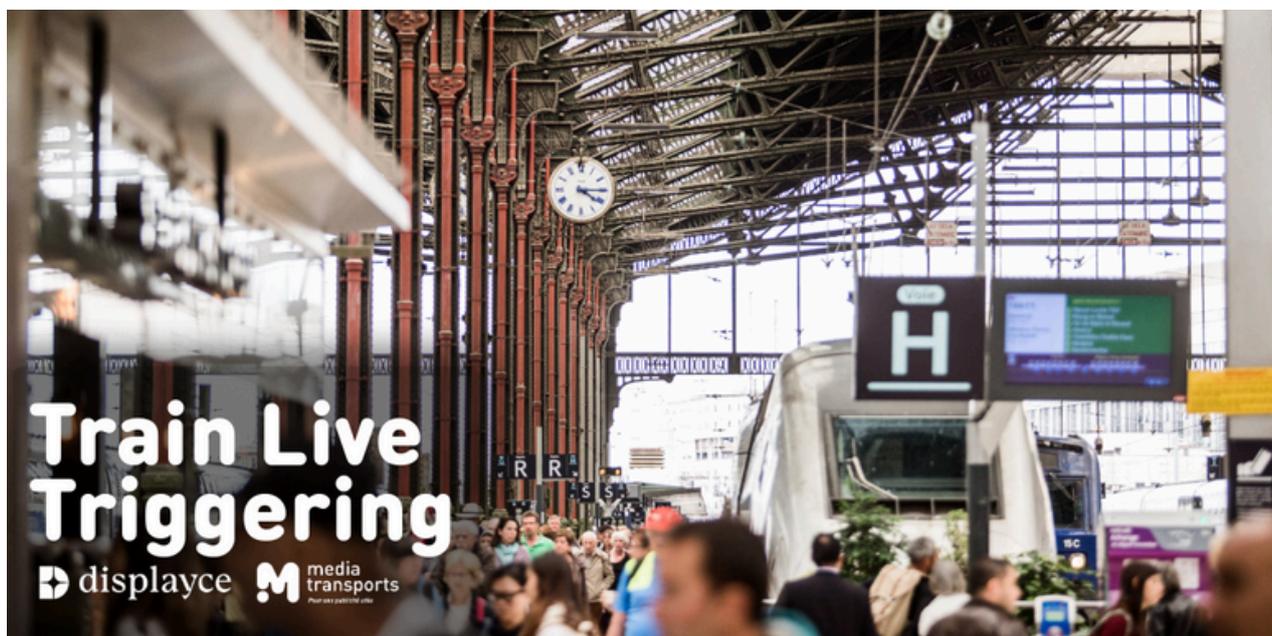


MEDIATRANSPORTS et Displayce dévoilent Train Live Triggering pour déclencher des campagnes DOOH en fonction des heures d'arrivées et départs des trains en gare

Paris, France, le 7 juillet 2025 – MEDIATRANSPORTS, régie publicitaire leader dans les transports et Displayce, suite technologique pionnière et spécialiste de la publicité extérieure dévoilent "Train Live Triggering", une innovation inédite permettant de déclencher automatiquement des campagnes DOOH en fonction des départs et arrivées des trains (Grandes lignes, Intercités et TER) dans plus de 300 gares réparties sur tout le territoire. Cette solution inédite repose sur les données de trafic en temps réel fournies par la SNCF.



Train Live Triggering : des campagnes DOOH synchronisées avec les horloges de départ et d'arrivée des trains

Avec près de 10 millions de visiteurs par jour* et un temps d'attente moyen de 21 minutes (45 minutes lors des grands départs), les gares offrent un terrain d'expression unique pour les marques.

Dans ce contexte de forte attention, grâce à la modélisation précise des emplacements des écrans DOOH de MEDIATRANSPORTS et à l'intégration des données de la SNCF, les marques peuvent désormais activer leur campagne sur la plateforme d'achat programmatique Displayce en fonction du trajet réel des voyageurs. Par exemple, les campagnes sont diffusées une heure avant le départ d'un train en gare de Bordeaux et trente minutes après son arrivée en gare Montparnasse touchant ainsi les voyageurs aux moments clés de leur parcours (durée de diffusion de campagne modulable).

La contextualisation, moteur d'efficacité

Au-delà d'une optimisation budgétaire pour le client, Train Live Triggering permet de maximiser l'impact de la campagne grâce au levier de la contextualisation. En effet, avec l'intégration des données telles que l'heure, la destination ou l'environnement, les campagnes deviennent plus pertinentes, plus visibles et plus performantes : +17% de mémorisation, +16% d'impact sur les ventes**.

En tirant parti de la dynamique des flux ferroviaires et de l'expertise de MEDIATRANSPORTS en matière d'implantation des écrans en fonction du parcours des voyageurs, Train Live Triggering offre un nouveau levier d'efficacité aux marques. Avec ce lancement, Displayce devient aux côtés de MEDIATRANSPORTS la première plateforme média (DSP) à proposer un déclenchement programmatique aussi contextualisé en gare.

« En intégrant les données en temps réel de la SNCF aux inventaires DOOH de MEDIATRANSPORTS, nous offrons une solution inédite et exclusive, parfaitement adaptée aux enjeux du programmatique et aux besoins des marques. Cette avancée leur permet de s'exprimer de manière contextualisée auprès d'une audience en mouvement, avec une efficacité et une finesse de ciblage encore jamais atteintes en gare. Ce partenariat vient ainsi renforcer notre offre existante autour du travel media.», commente **Laure Malergue, CEO et co-fondatrice de Displayce.**

« Les gares sont de véritables carrefours d'attention pour les marques, avec un environnement publicitaire à la fois captif et dynamique. Avec Train Live Triggering, nous proposons une solution de ciblage enrichie qui amplifie l'efficacité du parcours du voyageur. Ce partenariat avec Displayce reflète notre volonté commune de faire du DOOH un média toujours plus agile et connecté aux usages.», **Valérie Decamp Directrice Générale MEDIATRANSPORTS**

*Source : SNCF

** Source : The Moment of Truth

A propos de Displayce

Displayce est une suite technologique spécialiste pionnière de l'Out-of-Home (communication extérieure), conçue pour répondre aux besoins des marques et des régies publicitaires à l'échelle mondiale. Grâce à sa plateforme média (Demand-Side Platform), Displayce connecte annonceurs et agences à plus de 1 300 000 mobiliers digitaux extérieurs dans 80 pays, leur offrant ainsi le plus vaste inventaire DOOH au monde et leur permettant de concevoir des campagnes de communication extérieure contextualisées, cookieless et impactantes. Sa plateforme data (Data Management Platform) permet de centraliser, modéliser et activer les données first et second party liées à l'inventaire OOH des régies, afin de concevoir des propositions de campagnes pertinentes et performantes pour les marques. Fondée en 2014 à Bordeaux, Displayce est présent physiquement dans 8 pays (France, Espagne, Royaume-Uni, Belgique, Allemagne, Italie, Brésil et Emirats arabe unis). Depuis juillet 2022, JCDecaux a pris une participation majoritaire dans la structure. www.displayce.com

A propos de Mediatransports

MEDIATRANSPORTS, régie publicitaire leader français de la communication dans les transports, exploite les espaces publicitaires de la RATP, des gares SNCF et d'une trentaine de réseaux de transport public partout en France à travers les sociétés METROBUS, METROBUS Ile-de-France et MEDIAGARES.

« Contribuer au développement des mobilités durables par l'innovation et la créativité » constitue la raison d'être du groupe. Pour plus d'informations, visitez www.mediatransports.com

Contact presse : Alexandra LAFAY, Directrice Développement Durable & Communication
06 71 57 96 20 - alexandra.lafay@mediatransports.com