



Gammed lance pour la première fois une campagne DCO DOOH pour JouezSport !

Genève, le 28 juin 2023 - Gammed innove en matière de publicité extérieure à l'occasion de la finale de l'UEFA Nations League et des qualifications Euro24, en combinant DOOH et création dynamique (DCO), pour les paris sportifs de la Loterie Romande.

Grâce à la technologie de création dynamique d'annonces (DCO), les éléments de la publicité se mettent à jour toutes les minutes, selon les matchs et les cotes sportives évoluant au cours de la journée. Les parieurs peuvent ainsi accéder aux dernières cotes des matchs, grâce à un affichage sur les panneaux digitaux présents dans les gares, centres commerciaux, Coop Pronto, métro de Lausanne, Let's Go Fitness et stations services de Suisse romande.

En combinant DCO et DOOH programmatique, Gammed a relevé le challenge de communiquer de manière instantanée sur les écrans DOOH des réseaux de APG SGA et

Goldbach Neo (Clearchannel et Neo Advertising) via le DSP Displayce. Cette technologie évite la production de multiples assets visuels spécifiques à chacun des matchs et permet donc plus de flexibilité, de personnalisation et un meilleur impact.

Pour conclure, ce dispositif média offre à la Loterie Romande l'opportunité de communiquer sur son offre JouezSport de manière innovante et instantanée sur un support à forte visibilité qui permet de renforcer la notoriété de la marque.

"L'affichage dynamique web et DOOH apporte un dynamisme à la marque et au produit. Les personnes en contact avec ces touchpoints ont une information en temps réel sur le match du jour et les cotes associées. Cela nous permet de sortir des campagnes branding, avec un message actualisé et un call-to-action pour les parieurs" [Caroline Thevenin, Marketing Group Product Manager, Loterie Romande](#)

"Après avoir mis en place avec succès un système de génération automatique de bannières en ligne pour JouezSport, nous avons cherché à répliquer l'expérience en développant un DCO sur du DOOH en programmation. Cette approche répondait parfaitement au besoin de la Loterie Romande de communiquer en temps réel sur les informations sportives susceptibles d'intéresser les parieurs. Grâce à une étroite collaboration avec nos partenaires spécialisés dans la branche et à la confiance de la Loterie Romande, nous avons pu mettre en place cette première campagne qui révolutionne la manière de communiquer sur du Digital Out of Home en Suisse." [Philip Aigner, Client Director, Gammed!](#)

Pour toute information complémentaire, merci de contacter :

Philip Aigner, Client Director, paigner@gammed.com

À propos de Gammed!

Pionnier et expert en marketing digital depuis 2009, Gammed ! – Partenaire des LSA Leading Swiss Agencies depuis 2019 – propose des solutions médias numériques pour chaque problématique dans le domaine des médias, du branding à l'acquisition et à la fidélisation de la clientèle. Gammed! allie expertise humaine et technologies de pointe pour proposer aux annonceurs et aux agences des campagnes programmatiques multicanales (desktop, mobile, social media, native, vidéo, audio, DOOH, in-game, digital TV et CTV) et un ciblage d'audience via l'achat multi-DSP et les messages personnalisés en temps réel (DCO/DDC). Leurs solutions, qui ont déjà été récompensées à plusieurs reprises, fournissent des informations importantes pour l'optimisation de la stratégie globale du marketing digital des annonceurs. L'entreprise, qui compte plus de 160 experts dans 7 pays (Suisse, France, Belgique, Pays-Bas, Brésil, EAU, Malaisie), travaille avec plus de 250 clients (Bongénie Grieder, Roche Bobois, IKEA, Nespresso, QoQa, Laurastar, Helvetia, Zur Rose, Genève Tourisme & Congrès, etc.). @Gammed: <https://ch-fr.gammed.com/>