



► 21 février 2018

## Publifer renforce son offre digitale avec une solution "proof of display"

Publifer, la régie OOH de la SNCB qui propose désormais un réseau national de 130 écrans full HD dans les gares, a investi dans [un nouvel outil](#) permettant de garantir la diffusion des campagnes par le biais de nouveaux lecteurs vidéo Broadsign, d'écrans connectés capables d'envoyer des données via le réseau LoRa Proximus et d'une plateforme de surveillance développée sur mesure par Centreon.

Comme l'explique Frédéric Monfort, ICT & Expert Digital chez Publifer : « En contrôlant le hardware et le software sur une même plateforme, nous sommes en état d'analyser tout imprévu, de vérifier si l'annonce est correctement émise par le lecteur mais également si elle est bel et bien diffusée sur l'écran. Des algorithmes adaptent le nombre de diffusions si besoin, de sorte que même en cas de problème technique, la campagne bénéficie de la visibilité promise. Les annonceurs reçoivent un compte-rendu afin de s'assurer que ce qu'ils ont acheté correspond à ce qui a été diffusé sur les écrans. »

Publifer rappelle qu'elle a finalisé la mise à jour de l'entièreté de ses écrans digitaux le mois dernier : les écrans, le câblage et les lecteurs ont été renouvelés ; un système de surveillance sur mesure a été installé ; tous les écrans sont désormais reliés via des connections à haut débit (2x20 Gbit) au datacenter de Zaventem et "streaming ready". En outre, cinq nouvelles gares ont été équipées (Alost, Saint-Nicolas, Bruxelles-Schuman, Liège-Palais et Arlon). Aux dires de la régie, l'offre de 130 écrans touche potentiellement 5,7 millions de contacts par semaine ou 58% de l'ensemble des voyageurs ferroviaires hebdomadaires. Elle renforce le business premium pack (print + digital).

