

Communiqué de presse

Avec intervista, Splicky s'associe à un deuxième partenaire de données suisse de renom

La plateforme multicanal Demand Side (DSP) Splicky continue de développer ses options de ciblage pour les campagnes programmatiques Digital-Out-of-Home (DOOH) en Suisse. Grâce à une nouvelle collaboration avec l'institut de recherche suisse intervista, les annonceurs ont désormais accès à une offre de données complète et inédite sur le marché suisse.

Küsnacht, 25.09.2025 – Via la plateforme DSP Splicky, les annonceurs peuvent réserver leurs campagnes programmatiques pour le mobile, le desktop, le DOOH, le CTV et l'audio digital. Cette collaboration avec intervista s'inscrit dans la continuité de la stratégie entamée il y a un an avec l'intégration des données de Senozon, qui vise à fournir des données suisses de qualité pour les achats programmatiques de DOOH en Suisse. Alors que Senozon propose principalement des groupes cibles sociodémographiques issus de son modèle de mobilité et de l'analyse quotidienne et anonymisée des données mobiles de Sunrise, les nouvelles données d'intervista sont basées sur des enquêtes de données primaires, telles que les données de mobilité du panel Footprints et les interviews du panel en ligne. Cela permet désormais de piloter les campagnes en fonction des données d'utilisation et d'intérêt, une nouveauté pour la quasi-totalité de l'inventaire DOOH suisse

Pour chaque écran, intervista fournit des valeurs d'affinité précises, par heure et par jour de la semaine, pour environ 150 variables de groupes cibles. Ces valeurs indiquent si une caractéristique spécifique au sein d'un groupe cible est sur- ou sous-représentée à un certain endroit et à un moment précis. Plus la valeur d'affinité est élevée, plus le groupe cible souhaité peut être atteint de manière ciblée. « Ces données permettent de mettre en œuvre un ciblage de groupes cibles basé sur les données », a déclaré Beat Fischer, membre de la direction d'intervista.

L'offre de variables comprend entre autres :

- **Mode de vie et centres d'intérêt** : hobbies, activités de loisirs (p. ex. shopping, cinéma) et activités sportives (p. ex. randonnée, jogging).
- **Préférences de consommation et de marques** : possession de voitures de différentes gammes de prix, relations clients avec des banques, assurances, caisses maladie ou opérateurs de téléphonie mobile spécifiques.
- **Comportement de mobilité** : voyages en avion ou utilisation du train.
- **Actifs financiers disponibles.**

Grâce à ces données vastes sur les groupes cibles, les annonceurs utilisant Splicky peuvent minimiser encore plus efficacement les pertes de diffusion, cibler d'autres groupes et augmenter l'impact de leur publicité.

« La demande et l'utilisation de données, notamment celles de fournisseurs de données suisses, ont constamment augmenté dans le domaine du DOOH. Elles servent le média, augmentent l'efficacité et la proximité et sont déjà régulièrement intégrées dans le paramétrage des campagnes programmatiques », explique Florian Walz, Country Director Splicky Switzerland.

Contact

Simone Schulz, Head of Brand and Digital Marketing/Deputy CMO, Goldbach Group AG
+41 79 653 12 61, simone.schulz@goldbach.com

À propos de Splicky

Splicky, anciennement Jaduda, développe et exploite la plateforme multicanal Demand Side portant également le nom de «Splicky». Celle-ci permet l'achat programmatique d'espaces publicitaires sur les terminaux mobiles, les ordinateurs de bureau, les écrans numériques hors domicile et la TV connectée, tout comme les formats publicitaires audio sur les stations de radio et les Smart Speakers. Splicky est spécialisé dans les questions relatives à la publicité programmatique dans la région DACH et au-delà. Splicky GmbH est une filiale du groupe suisse Goldbach, dont le siège est à Küsnacht.

www.splicky.com

À propos de intervista

intervista gehört zu den führenden Forschungsinstituten der Schweiz. Das Unternehmen steht für hochwertige, individuell zugeschnittene Forschungslösungen und setzt dabei konsequent auf moderne Methoden. Mit besonderem Fokus auf Marken-, Zielgruppen-, Mobilitäts- und Werbewirkungsforschung liefert intervista präzise und fundierte Daten und Entscheidungsgrundlagen.

www.intervista.ch

À propos de Goldbach Group

Les entreprises de Goldbach Group commercialisent et diffusent de la publicité à la télévision, à la radio, dans la presse écrite, en ligne, à l'extérieur et dans le cadre du performance

marketing. Priorité est donnée à la simplicité des processus d'information, de conseils et de réservation. Afin d'atteindre les consommatrices et consommateurs final au bon moment, au bon endroit et dans le contexte approprié, Goldbach poursuit une approche multicanale systématique. Goldbach Group SA a son siège à Küsnacht, en Suisse. Goldbach est une entreprise de TX Group.
www.goldbach.com