

Communiqué de presse

Livesystems met ses écrans en veille la nuit, économisant ainsi 30% d'électricité

31.10.2022 – Par souci de renforcer la sécurité d'approvisionnement en énergie sur le territoire helvétique, Livesystems a pris différentes mesures immédiates en interne et en externe. L'entreprise soutient ainsi les efforts et les objectifs de l'Alliance pour les économies d'énergie de la Confédération (DETEC et DEFR) en faveur d'une utilisation efficace et économe de l'énergie.

Livesystems s'engage activement afin de réduire sa consommation électrique. Le fournisseur Digital out of Home veut apporter la plus grande contribution possible aux économies d'énergie et s'engage par sa signature à l'Alliance en faveur de la sobriété énergétique. Ainsi, depuis le 1er octobre 2022, des mesures en interne et en externe ont été définies et mises en œuvre à l'échelle nationale afin de réduire la consommation d'électricité et de chaleur.

La technologie en matière d'écrans, tout comme leur durée de fonctionnement, varie selon l'environnement. C'est pourquoi, au lieu de mettre en place une solution uniforme sur l'ensemble du territoire, un concept énergétique a été développé en tenant compte des différentes conditions géographiques. Désormais, Livesystems met la majorité des écrans en veille entre 22 h 00 et 23 h 00 et les rallume le matin entre 05 h 00 et 06 h 00. Dans les transports publics, ils ne fonctionnent que pendant les heures de service.

«Nous sommes très heureux d'avoir trouvé des solutions individuelles pour nos sites afin de réduire de manière conséquente les temps de fonctionnement. Cela nous permet de réduire considérablement notre consommation d'énergie. Selon le format de l'écran, celle-ci peut atteindre 112 kilowattheures par mois et par écran, soit environ 30%. L'efficacité des ressources est un sujet qui nous tient particulièrement à cœur, et pas seulement en ce qui concerne l'électricité et l'énergie. En tant qu'entreprise, nous voulons apporter notre contribution et générer des économies tangibles le plus rapidement possible», explique Antje Jurke, responsable du développement durable.

Les mesures mises en œuvre permettent de réduire les temps de fonctionnement des écrans d'environ 40%. Digital out of Home est un média qui va de pair avec la mobilité. Par conséquent, les mesures définies n'auront qu'un impact très limité sur les annonceurs. La majorité des annonceurs veulent faire de la publicité pendant la journée afin d'atteindre la population mobile.

Des mesures ont également été prises en interne. Les collaborateurs sont tenus d'éteindre leurs appareils électroniques n'ayant pas besoin nécessairement d'être allumés lorsqu'ils quittent le bureau. En outre, aucun bureau vide n'est éclairé et la température ambiante est maintenue à 20 degrés.

Pour toute demande de renseignements auprès de Livesystems
Mirjam Tschachtli, responsable Communication
media@livesystems.ch

Livesystems : des écrans pour la population active mobile

Des produits Digital Out of Home, pour la population de plus en plus mobile, sont réunis sous l'égide de Livesystems Group SA. La gamme de produits est répartie dans les Environments suivants :

- **Public Transport** : numéro un du marché des surfaces publicitaires des transports publics depuis 2008, présent dans plus de 60 entreprises de transports publics dans toute la Suisse, une audience quotidienne de 1,3 million de personnes certifiée par la REMP.
- **Gas Station** : numéro un du marché des surfaces publicitaires des stations-service depuis 2017, présent dans plus de 480 stations-service de Migrol, migrolino, Piccadilly, Tamoil, des sociétés régionales d'Avia et d'Agrola, d'Oelpool, Hess, Shell, SOCAR, Ruedi Rüssel, Miniprix, Oeltrans ainsi que dans plusieurs stations-service au gaz naturel. 0,65 million de contacts quotidiens.
- **City et Rail** : dans le portefeuille depuis l'été 2018, des écrans d'information et publicitaires numériques en format portrait dans l'espace public, dans et autour des gares ainsi que dans les parkings. Audience quotidienne actuelle de 0,40 million de personnes.
- **Retail** : depuis janvier 2021, commercialisation exclusive des écrans numériques sur plus de 550 sites au total (succursales de la Poste Suisse et sites de proximité migrolino). Portée quotidienne de 0,46 million de contacts.
- **Analog OOH** : commercialisation et diffusion des médias analogiques (publicité intérieure et extérieure de la flotte de véhicules) de l'entreprise de transport de la ville de Zurich (VBZ). Plus de 1 million de contacts par jour ouvré.

Depuis octobre 2017, le fournisseur de contenus destinés aux écrans est le portail d'information en ligne Nau.ch. Suite à la vente de Livesystems à la Poste Suisse au 1^{er} juillet 2021, Nau media SA opère en tant qu'entreprise 100% indépendante. Le mandat de commercialisation de Nau.ch relève toujours de Livesystems.

Les clients/tes publicitaires de Livesystems de toute la Suisse sont gérés en interne par une équipe commerciale de plus de 30 personnes.