

DISPLAYCE lève 850 000 euros !

Bordeaux, le 12 Février 2017 - DISPLAYCE, spécialiste du programmatique dédié à l'affichage digital, lève 850 000 euros pour accélérer son développement technologique. La start-up va recruter de nouveaux collaborateurs.

Aujourd'hui, **seulement 8% des revenus publicitaires générés en France par l'affichage sont issus du numérique**, contre 31% en Grande-Bretagne et 40,8% aux États-Unis.

Un retard auquel souhaiterait remédier DISPLAYCE avec sa plateforme de publicité programmatique dédiée à l'affichage digital. Fondée en 2014 par Laure Malergue et Marie Gaestel, celle-ci permet ainsi aux annonceurs de mettre en place des campagnes géolocalisées et contextuelles, grâce à un inventaire de 28 500 panneaux numériques présents dans les centres commerciaux, les commerces de proximité et les voies routières françaises.

La jeune pousse annonce aujourd'hui avoir bouclé un premier tour de table de 850 000 euros auprès des fonds 3A Venture, Boss Corp, et Finaqui, mais également d'Aquitaine Amorçage, de la Région Nouvelle-Aquitaine, de Bpifrance et de ses investisseurs historiques Bordeaux Unitec et Aquitaine Développement Innovation.

Une première enveloppe qui permettra à DISPLAYCE d'**accélérer le développement technologique de sa plateforme** pour, à terme, en donner l'accessibilité à l'ensemble de l'écosystème programmatique. Aujourd'hui composée de 7 collaborateurs, la startup compte ainsi recruter 5 nouveaux profils d'ici début 2017 afin d'accompagner ce développement.

La version bêta de DISPLAYCE, lancée en 2016, a déjà attiré une dizaine de réseaux qui ont confié à la startup la commercialisation en programmatique de leur inventaire. **Ses 28 500 panneaux digitaux représentent une opportunité de 21 millions de contacts par jour**, précise la jeune pousse. »

A propos de DISPLAYCE

Fondé en 2014 par Laure Malergue, Displayce est le 1er DSP dédié à l'affichage digital (DOOH). Dotée d'un large réseau de + de 34 000 panneaux digitaux, soit 85% du parc digital français, la plateforme d'achat programmatique permet aux agences et annonceurs d'acheter de manière automatisée et ciblée des espaces publicitaires sur les écrans digitaux situés en extérieur (dans les rues, stations essence, autoroutes,...) et en intérieur (dans les centres commerciaux, salles d'attente, salles de fitness...). Pour plus d'information : www.displayce.com | Twitter : @displayce_media

Contact presse

Pour Displayce :
Aurore Vinzerich - Agence Madame de la Com'
aurore@madamedelacom.com
06.61.45.51.83