

DISPLAYCE s'allie à ADSQUARE pour développer les campagnes Cross-Media DOOH et mobile



Bordeaux, le 20 Mars 2017 - Displayce, 1ère plateforme programmatique dédiée à l'affichage digital (DOOH) noue un partenariat stratégique avec adsquare, leader de la donnée d'audience mobile. Cet accord va permettre, pour la première fois en Europe, d'activer un même segment d'audience pour la diffusion de campagnes sur le mobile et le DOOH.

Optimiser l'impact d'une campagne sur une audience ciblée

« Nous sommes partis du constat suivant : 62% des campagnes programmatiques DOOH que nous avons diffusées sont également déployées sur mobile. Pourtant, aucune solution automatisée ne permettait jusqu'ici de créer un unique segment d'audience et de l'activer simultanément dans deux DSP dédiés à ces deux médias. Nos clients souhaitent pouvoir optimiser leur budget et gagner du temps lors de la création de leurs campagnes cross media » indique Laure Malergue, fondatrice de Displayce.

Le mobile et l'affichage digital (panneaux installés dans les lieux à fort trafic comme les centres commerciaux, les voies routières...) sont deux médias parfaitement complémentaires; ils permettent de capter des consommateurs en mouvement, en dehors de leur domicile, sur leurs trajets quotidiens, en leur diffusant des messages intelligents, adaptés au contexte et au lieu. Il était donc essentiel d'intégrer une technologie capable d'utiliser une Data commune aux deux médias.

Qualifier de manière automatisée plus de 30 000 panneaux avec des segments sur-mesure

Grâce à la solution déployée par Displayce et adsquare, les annonceurs peuvent composer leur segment d'audience sur la plateforme self-service de Data Exchange d'adsquare en choisissant parmi des milliers d'attributs socio-démographiques, de consommation ou de déplacements, puis l'activer sur le DSP Displayce en ajoutant tous les critères de qualification des panneaux d'affichage, comme les formats, la géolocalisation ou la contextualisation. Les annonceurs peuvent ainsi maximiser la diffusion de leurs campagnes mobile auprès d'une même audience en accédant à un nouvel inventaire DOOH (+ de 30 000 panneaux digitaux).

Pour Vincent Tessier, VP Demand EMEA d'adsquare : *« Le mobile est le média de la mobilité par excellence, et les synergies avec l'affichage extérieur sont évidentes. Nous sommes ravis de cette intégration avec la technologie Displayce, qui rend désormais simples et accessibles les*



activations couplées entre DOOH et Display mobile. Nous pensons que cette première en Europe est un pas en avant pour notre industrie et pour l'avènement du programmatique omnicanal. »

A propos de DISPLAYCE

Fondée par Laure Malergue en 2014, Displayce est une plateforme programmatique permettant de piloter des campagnes d'affichage digital géolocalisées et contextuelles. Spécialisée dans la transformation numérique du DOOH (Digital Out-of-Home), DISPLAYCE élargit le terrain de jeu des agences et des annonceurs en leur permettant d'acheter de manière automatisée et ciblée des espaces publicitaires Outdoor et Indoor.

Une dizaine de réseaux d'affichage ont aujourd'hui confié la commercialisation en programmatique de leur inventaire à DISPLAYCE, formant un vaste réseau de plus de 30 000 panneaux digitaux et une opportunité de 22 millions de contacts par jour.

Pour plus d'information visitez displayce.com, suivez [@displayce_media](https://twitter.com/displayce_media)

A propos d'ADSQUARE

adsquare is the neutral mobile data exchange, bringing together advertisers and data providers in a fair, secure and privacy-friendly way. The platform has been built mobile-first, operates in real-time and enables advertisers to leverage data for panoramic audience targeting and precise moment marketing. Programmatic buyers can take control via the self-service Audience Management Platform which gives them full transparency in buying data, creating audiences and activating them for their DSP of choice. adsquare offers a broad portfolio of data from mobile, online and offline sources including data partners such as Acxiom, Mastercard or TomTom. In addition, advertisers can discover the marketplace for private deals with first-party data owners including app developers, publishers and other companies. adsquare works compliant with strict European privacy laws and has been awarded the ePrivacysal for best practice data handling.

For more information visit adsquare.com follow [@adsquarecom](https://twitter.com/adsquarecom) or contact info@adsquare.com

Contact

Laure MALERGUE

laure.malergue@displayce.com - Mob +33 (0)6.79.03.22.81