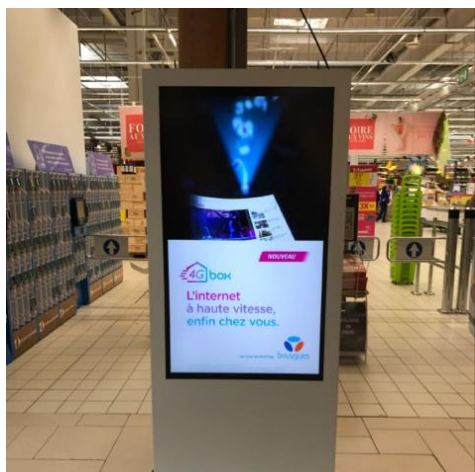


PERFORMICS ET DISPLAYCE IMAGINENT UNE COMMUNICATION GÉOLOCALISÉE POUR PROMOUVOIR LE LANCEMENT DE LA « 4G BOX » DE BOUYGUES TELECOM

Paris, le 23 mai 2017 – Performics, agence media de Publicis Media, a mis en place avec DISPLAYCE, Demand Side Platform (DSP) dédiée à l'achat programmatique de l'affichage digital, une solution media sur-mesure et une communication géolocalisée afin d'accompagner le lancement de la nouvelle offre 4G box de Bouygues Telecom.

Bouygues Telecom avec son offre 4G box, s'adresse aux habitants des zones non denses qui souffrent d'un débit adsl insuffisant mais bénéficient d'une bonne couverture 4G à l'intérieur des bâtiments. Pour accompagner l'opérateur, Performics est resté fidèle au positionnement technologique de Bouygues Telecom tout en visant un impact maximal sur les cibles sans déperdition média.

Déjà conseil de Bouygues Telecom sur le digital et le local, Performics est devenu également depuis le début de l'année conseil média de l'opérateur. Avec cette extension de périmètre et les synergies ainsi obtenues, Performics a déployé pour l'offre 4G box un dispositif pluri-media local et digital comprenant de l'affichage classique en centre-ville, une distribution dans les boîte-à-lettres des communes concernées et du display géolocalisé.



Grâce à sa connaissance de l'offre locale, Performics a mis en évidence une affinité géographique très forte entre les communes ciblées et les supports digitaux DOOH (Digital-Out-Of-Home) proposés par DISPLAYCE. Performics a donc fait appel au DSP (Demand Side Platform) DISPLAYCE pour compléter ce dispositif et diffuser la campagne également sur les panneaux digitaux des communes ciblées. En moins de 48h, la campagne était déployée sur plus de 3 000 écrans situés dans des contextes très variés (dans la rue, les centres commerciaux, les stations essence, les salles de fitness,...) des différentes zones visées. Ces supports 100% géolocalisés ont permis de toucher les cibles dans leur quotidien, à différents moments de la journée. Grâce à un maillage précis du territoire, DISPLAYCE a couvert 77% des zones ciblées.

Bouygues Telecom est le premier opérateur téléphonique à investir l'offre programmatique de DISPLAYCE et à exploiter la force de l'offre DOOH DISPLAYCE dans des zones où l'offre classique est à ce jour plus réduite. Avec cette campagne géolocalisée, Performics et DISPLAYCE permettent ainsi à Bouygues Telecom de valoriser son positionnement de proximité et de technologie en adressant ses cibles via un dispositif media sur mesure et sans déperdition.



A propos de Performics

Agence leader de Performance Marketing, Performics convertit en revenus les intentions des consommateurs, pour les plus grandes marques du monde.

En s'appuyant sur son réseau implanté dans une cinquantaine de pays, Performics crée des expériences personnalisées qui connectent les canaux Paid, Owned et Earned.

Distinguée par le RECMA dans le classement 2014 des Top Digital Agency Networks, Performics est l'agence de Performance Marketing de Publicis Media et son siège est basé à Chicago.

www.performics.com/fr – Twitter : @PerformicsFr

A propos de Publicis Media

Publicis Media est l'un des quatre *solution hubs* de Publicis Groupe (Euronext Paris FR0000130577, CAC 40) avec Publicis Communications, Publicis.Sapient et Publicis Healthcare.

Dirigé par Steve King, CEO, Publicis Media est porté par cinq marques : Starcom, Zenith, Mediavest | Spark, Blue 449 et Performics. Ces marques sont soutenues à l'échelle mondiale par des centres d'excellence data-driven et digital-first afin de créer de la valeur et impulser la transformation des modèles économiques des entreprises.

Publicis Media accompagne ses clients dans l'univers complexe des médias d'aujourd'hui. Présent dans plus de 100 pays, le pôle compte plus de 17.500 collaborateurs.

A propos de DISPLAYCE

Fondé en 2014 par Laure Malergue, Displayce est le 1er DSP (Demand Side Platform) dédié à l'affichage digital (DOOH). Dotée d'un large réseau de + de 30 000 panneaux digitaux, soit plus de la moitié 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

CONTACTS PRESSE

Alexis Abeille
Responsable communication Publicis Media France
06 25 19 36 50
alexis.abeille@publicismedia.com

Aurore Vinzerich
Agence Madame de la Com' pour DISPLAYCE
06 61 45 51 83
aurore@madamedelacom.com