

## Displayce et Mytraffic signent un partenariat exclusif autour de l'utilisation des données de flux



**Bordeaux, France, 30 octobre 2023** – Displayce, plateforme programmatique full-service dédiée aux campagnes d’affichage digitale extérieur, intègre les données Mytraffic et offre désormais aux marques et agences média la première intégration de données de flux de visites sur les centres commerciaux en France.

### Transformer les données de flux en opportunités publicitaires avancées

Grâce à l’intégration directe entre Displayce et Mytraffic, les données de flux de visites segmentées par Mytraffic (âge, genre, foyers, revenus, zones de chalandise, visites) sont fusionnées avec les données de plus de 14 400 panneaux publicitaires situés dans 215 centres commerciaux et leurs zones de chalandise en France, permettant ainsi de définir des scores d’audience pour chacun des panneaux DOOH chaque jour et chaque heure. Ces données sont agrégées, c’est-à-dire que plusieurs données du même type sont rassemblées afin de conserver l’information souhaitée mais rendant impossible l’identification d’un individu donné.

L’activation des données de flux Mytraffic dans une campagne permet d’acheter en temps réel les panneaux publicitaires avec la plus forte probabilité d’atteindre les audiences désirées. Pour offrir une expérience complète, l’intégration entre Displayce et Mytraffic

permet enfin de comprendre l'affluence réelle des centres commerciaux couverts par une campagne et de prédire les performances de génération de trafic au travers de reportings et visualisations de données précises, garantissant ainsi une optimisation maximale du budget publicitaire.

*“Ce partenariat marque une étape importante pour Displayce dans sa volonté d'intégrer des données différenciantes pour l'industrie Out-Of-Home. Les données de flux sur les centres commerciaux ouvrent de nouvelles opportunités pour les marques et les agences, nous permettant de créer des campagnes DOOH plus performantes. Grâce à cette collaboration, nous sommes en mesure d'optimiser les stratégies d'achat et d'offrir à nos clients une visibilité sans précédent sur le comportement des consommateurs en temps réel. C'est une avancée majeure ouvrant ainsi la voie à des expériences publicitaires plus puissantes et efficaces. Nous sommes impatients de déployer cette couverture à travers l'Europe”* partage Laure Malergue, CEO et fondatrice de Displayce.

## DOOH programmatique et données de ciblage : une nouvelle ère

La technologie innovante et l'expertise média de Displayce ont permis à la plateforme de s'imposer comme un leader du DOOH (digital-out-of-home) programmatique en Europe. La plateforme d'achat spécialement conçue pour améliorer l'efficacité, la portée et la qualité des campagnes DOOH permet aux agences média d'accéder instantanément à plus de 1 000 000 écrans d'affichage extérieur dans le monde.

En constante amélioration de ses capacités technologiques, Displayce a récemment complété le périmètre de sa plateforme en lançant Insight Explorer. Displayce simplifie ainsi le processus de prise de décision en mettant l'accent sur la facilité avec laquelle les données peuvent être utilisées, explorées et partagées avec les clients finaux pour construire des activations DOOH ciblées et prédictibles.

Dans un paysage publicitaire où les données mobiles sont majoritairement exploitées pour l'Out-Of-Home et intégrées aux plateformes d'achat, ou *demand-side platform*, Displayce se démarque en intégrant les données de flux Mytraffic disponibles pour les centres commerciaux et adaptant leur usage aux campagnes DOOH.

## La donnée de flux au service de l'expérience physique

Mytraffic convertit des milliards de points de données et de signaux à partir de sources multiples (GPS, GSM, véhicules connectés, POI, INSEE, Eurostat..) en informations actionnables pour les acteurs du monde physique. La solution fournit ainsi un ensemble de données permettant de comprendre les flux de passants, de véhicules, les profils types des visiteurs, les zones de chalandises réelles afin que ses partenaires prennent des décisions basées sur la fiabilité de ses données. Displayce a compris l'intérêt pour les marques de ces données. Elles sont consolidées et robustes, permettant d'identifier les emplacements les plus rentables autour des centres commerciaux pour les campagnes DOOH de ses clients.

Displayce est ainsi la seule plateforme spécialiste Out-Of-Home à proposer en self-service des données de flux permettant de mieux cibler les inventaires *indoor*, comme ceux des centres commerciaux, pour proposer des campagnes ciblées et performantes.

*“ Nous sommes ravis de nouer ce partenariat avec Displayce qui va offrir aux marques des possibilités encore plus affinées et précises pour cibler leurs audiences, tout en maximisant le retour sur investissement de leurs campagnes DOOH. L'intégration de données quantitatives et qualitatives sur les visites dans les centres commerciaux va ainsi permettre de façonner des campagnes d'activation sur les écrans d'une manière qui rapproche davantage le monde physique de l'univers digital. C'est essentiel dans la recherche de performance pour les annonceurs et les agences. Ce partenariat ouvre de nouvelles opportunités excitantes pour le secteur de la publicité extérieure digitale. ”* partage Julien Thooris, CMO de Mytraffic.

L'intégration entre Mytraffic et Displayce est déjà opérationnelle sur la France et sera déployée dans d'autres pays d'Europe dans les prochains mois.

### **A propos de Displayce**

Displayce est une plateforme ad-tech qui connecte inventaires et marques afin qu'elles puissent facilement créer, diffuser et optimiser en temps réel des campagnes sur plus de 1 000 000 écrans et panneaux d'affichage extérieurs à travers le monde.

Displayce fournit des achats automatisés par panneau, des capacités de ciblage différenciées, un impact optimal des campagnes et une mesure de la qualité de la diffusion.

Fondée en 2014 et basée à Bordeaux, DISPLAYCE compte plus de 40 experts, avec des bureaux en France, en Espagne, au Royaume-Uni et aux Pays-Bas.

Depuis juillet 2022, JCDecaux a pris une participation majoritaire dans la structure et cette alliance donnera à Displayce les moyens d'accélérer son développement.

Pour en savoir plus sur Insight Explorer :

<https://www.displayce.com/decouvrez-insight-explorer-pour-des-campagnes-doo-h-pilotees-par-la-donnee/>

### **A propos de Mytraffic**

Mytraffic est le leader européen de l'analyse des flux. Sa plateforme SaaS fournit des informations précises et dynamiques sur les lieux physiques : magasins, centres commerciaux, rues et centres-villes. Créé en 2015, Mytraffic connaît une croissance très rapide, compte plus de 400 clients et est déjà présent dans 11 pays.

Pour en savoir plus sur Mytraffic: <https://www.mytraffic.io/fr/>