

Displayce, en collaboration avec JCDecaux et Unlimitail, active les données des écrans Carrefour Proximité pour les campagnes DOOH Retail Media



Bordeaux, France, 15 décembre 2023 - Displayce, acteur majeur du DOOH (Digital Out-Of-Home) programmatique en Europe, propose de nouveaux critères de ciblage dans sa plateforme d'achat s'appuyant sur les données de ventes de plus de 400 magasins Carrefour en France. Cette data exclusive, mise à disposition par Unlimitail, va permettre aux annonceurs et aux agences médias de déclencher leurs campagnes de manière parfaitement affinitaire sur les écrans digitaux de JCDecaux déployés au sein des magasins de proximité de Carrefour.

Displayce ouvre son offre pDOOH au retail media grâce au partenariat JCDecaux x Unlimitail

Grâce au partenariat entre JCDecaux et Unlimitail, Displayce intègre désormais les données transactionnelles anonymisées des magasins de proximité de l'enseigne Carrefour, commercialisées exclusivement par Unlimitail. Ces données permettent ainsi d'identifier les meilleurs moments de vente d'une catégorie de produits sur plus de 80 segments (boissons, beauté, alimentation, etc). Cette nouvelle offre flexible permet de cibler par magasin et par heure les écrans les plus affinitaires sur une catégorie de produits.

Basée sur la connaissance et sur l'analyse des comportements d'achat en magasin, les données intégrées au sein de la plateforme Displayce sont tangibles et 100% anonymisées (sans cookies tiers). Cette intégration permet de proposer des campagnes dynamiques dans

les magasins les plus affinitaires, aux meilleurs moments de fréquentation de ceux-ci, et en fonction de la consommation de chaque produit. Avec un volume global de près de 2 millions d'impressions disponibles chaque jour, cette activation média est au service de la performance et de la transformation. Le budget publicitaire est ainsi investi de manière optimale, avec un reporting précis.

L'innovation technologique et le savoir-faire média de Displayce ont propulsé la plateforme en tant que pionnier du DOOH programmatique en Europe. La plateforme d'achat, conçue pour optimiser l'efficacité, la portée et la qualité des campagnes DOOH, offre aux agences média un accès instantané à plus d'un million d'écrans d'affichage extérieur dans le monde entier. L'activation des données retail du format de proximité Carrefour permet à Displayce d'élargir son offre au retail media.

Les datas shoppers / le retail media : une opportunité unique pour les marques ?

En France comme dans le monde, le retail media est en croissance soutenue et devrait atteindre une valeur de plus de 175 milliards de dollars d'ici cinq ans, avec près de 15% de parts de marché parmi les médias. Positionné en média retail centré sur le magasin, le DOOH Proxi urbaine JCDecaux, par la qualité de ses écrans au format 2m², et leur intégration dans les vitrines au plus près de l'entrée des magasins, garantit visibilité et émergence pour les campagnes des marques. Les 400 points de vente équipés parmi les enseignes Carrefour City, Carrefour Market, Carrefour Contact et Carrefour Express ont été sélectionnés pour leur surperformance par rapport au panier moyen de l'enseigne (+40% en valeur) et représentent plus d'un million de clients par jour. A titre d'exemple, en période de fêtes de fin d'année, il est possible pour une marque PGC (produits de grande consommation) d'optimiser la diffusion de sa campagne en activant le jour, les heures et les magasins les plus pertinents, en fonction des ventes de chocolat particulièrement élevées, que ce soit en volume ou en pourcentage du panier d'achat.

Dans une période de changements majeurs au sein de l'écosystème digital, notamment la fin des cookies tiers, choisir l'offre DOOH Proxi urbaine sur les écrans Carrefour via la plateforme Displayce garantit une campagne performante, visible, flexible et contextualisée, dans le respect des attributs de la marque.

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.

www.displayce.com

A propos de JCDecaux

JCDecaux, N°1 mondial de la communication extérieure, est aujourd'hui présent dans plus de 80 pays et 3 573 villes de plus de 10 000 habitants. Depuis près de 60 ans, les produits de JCDecaux sont considérés comme la

référence en matière d'innovation, de qualité, d'esthétique et de fonctionnalité. Grâce au savoir-faire de ses collaborateurs, les services proposés par le Groupe, notamment pour l'entretien et la maintenance, sont reconnus mondialement par les villes, les autorités aéroportuaires et de transports, ainsi que les annonceurs. JCDecaux est aujourd'hui le seul acteur mondial à exercer exclusivement le métier de la communication extérieure et à en développer toutes les activités : mobilier urbain, publicité dans les transports et affichage grand format. A l'heure des villes intelligentes, JCDecaux se positionne pour en être l'un des acteurs majeurs et participe d'ores et déjà à l'émergence d'une ville connectée toujours plus humaine, ouverte et durable. Au contact de plus de 850 millions de personnes quotidiennement et fidèle à sa mission d'améliorer durablement la qualité de vie pour l'ensemble des citoyens, JCDecaux pratique et promeut la communication extérieure responsable et place plus que jamais l'exigence sociale et la qualité environnementale au cœur de ses solutions et de ses métiers. Activement engagé pour la neutralité carbone de la planète, JCDecaux est référencé en matière de performance extra-financière dans les classements CDP (A-), FTSE4Good (3,4/5), MSCI (AA) et classé Platine par EcoVadis.

A propos d'Unlimitail

[Unlimitail](#), née en 2023 de l'union de Carrefour et Publicis, est une révolution dans le retail media. Alliant la technologie onsite et offsite de [CitrusAd by Epsilon](#) et l'expertise retail media de Carrefour Links, cette joint venture vise à unifier et simplifier l'expérience retail media des marques et retailers en Europe et Amérique Latine. Unlimitail se distingue par une plateforme technologique avancée, une offre omnicanale complète et centrée sur la data 1st party, ainsi qu'un reach international de partenaires qui s'étoffe de jour en jour, cumulant plus de 120M de clients encartés ou logués, et 1,5 milliards de pages vues mensuelles sur plus de 30 géographies.

Service de communication d'Unlimitail : communication@unlimitail.com