



DOOH et mobile : L'intégration de Displayce et Locala pour des campagnes cross-canal réussies

Bordeaux, France - 05/02/2024 - Displayce, DSP européenne spécialiste du DOOH programmatique, et Locala, plateforme média leader de la publicité géolocalisée, réaffirment leur partenariat suite à des campagnes réussies pour offrir aux annonceurs une solution transparente d'activation digitale sur l'inventaire DOOH combinée au placement d'annonces sur mobile.

Des solutions intégrées pour un engagement ciblé de l'audience

Les clients de Displayce peuvent désormais rehausser leurs campagnes DOOH en y incorporant de manière transparente de l'activation mobile. Cette intégration permet aux annonceurs de cibler précisément les individus passant devant les panneaux pendant l'affichage des publicités DOOH, créant ainsi une synergie dynamique et percutante entre les deux médias. En 2022, GroupM a constaté que les campagnes DOOH intégrées au mobile étaient 40 % plus efficaces pour sensibiliser à la marque et 20 % plus efficaces pour susciter l'intention d'achat.

Cette capacité avancée offre une flexibilité et une valeur ajoutée exceptionnelles aux clients de Displayce, leur permettant de combiner les canaux DOOH et mobiles de manière transparente. Laure Malergue, CEO et cofondatrice de Displayce, se montre enthousiaste quant à ce partenariat : *"Nous sommes ravis de prolonger notre partenariat avec Locala pour offrir à nos clients des moyens étendus d'activation et d'impact sur les campagnes DOOH combiné au placement d'annonces mobiles. Nous avons constaté des résultats probants auprès de nos clients pour atteindre leur public cible de manière plus efficace."*

Améliorer les campagnes DOOH grâce au retargeting mobile

Christophe Collet, CEO de Locala, partage également son enthousiasme : *"Ce partenariat a permis d'offrir à nos clients une nouvelle façon d'atteindre leur public cible. Ce partenariat nous permet de combiner notre expertise dans l'activation locale avec celle de Displayce dans l'activation DOOH afin de créer une solution véritablement intégrée pour nos clients"*.

En reconnaissant la complémentarité inhérente du DOOH et du mobile en tant que support publicitaire, ce partenariat amplifie la portée et l'impact créatif de la publicité extérieure tout en exploitant l'interactivité, le ciblage et les capacités de mesure de la publicité mobile.

L'association de la portée de l'affichage à l'engagement personnalisé du mobile s'avère être une stratégie fructueuse, qui permet d'accroître la notoriété de la marque et la considération qu'elle suscite.

Maroua Clergeon, Acheteuse média offline chez Values Media, l'agence en charge du compte Louvre Hotel Group, témoigne du succès de cette approche intégrée : *"Nous avons utilisé Displayce pour mener une campagne combinant publicité mobile et DOOH afin d'accroître la notoriété des offres des hôtels Campanile auprès d'une cible CSP+ loisir et professionnelle peu familière de la marque. En balisant le parcours de la cible via des panneaux DOOH dans et autour de lieux d'affaires stratégiques (transports, bureaux, stations services) et via l'activation du retargeting mobile, nous avons constaté une augmentation de 58 % de la portée de la campagne. Nous avons pu atteindre notre public cible avec un message contextualisé, offrant ainsi d'excellents résultats"*.

**Toutes les datas collectées et utilisées dans le cadre de ces opérations marketing digitales respectent la réglementation RGPD en vigueur en Europe.*

A propos de Displayce

DISPLAYCE est la plateforme française pionnière dédiée à l'optimisation de l'achat, de l'impact et de la qualité des campagnes publicitaires sur les panneaux d'affichage digital hors-domicile (Digital-Out-Of-Home). Grâce à cette plateforme programmatique spécialiste, les agences média et les marques ont accès en un seul clic à un très vaste inventaire d'écrans digitaux, au total plus de 1 000 000 dans 70 pays. Cette technologie propriétaire basée sur l'intelligence artificielle fournit des achats automatisés par panneau en temps réel, des capacités de ciblage différenciées et cookieless, 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.

Contact presse : Emma Labrador, emma.labrador@displayce.com

À propos de Locala

Locala est une plateforme publicitaire omni-canal qui s'appuie sur les connaissances des consommateurs et l'apprentissage automatique de l'IA pour aider les spécialistes du marketing à planifier, acheter et mesurer efficacement des campagnes multi-locales à l'échelle mondiale.

Nous sommes une entreprise technologique internationale, présente dans 40 pays, et nous sommes un leader dans l'espace programmatique depuis plus de 11 ans. Grâce à nos services et à nos partenariats avec certaines des plus grandes marques mondiales, nous avons été récompensés par de nombreux prix et accréditations.

Locala offre une solution à 360 degrés - en aidant les marques à comprendre leur public au niveau hyperlocal tout en formulant et en exécutant des stratégies médiatiques personnalisées conçues pour offrir les performances et le ROAS les plus élevés en matière de commerce.

Nous fournissons des informations approfondies sur les performances et la marque pour des décisions marketing et commerciales mieux informées et plus exploitables.

Contact presse : Pierre Padiou, pierre.padiou@asklocala.com