

Displayce franchit un premier cap significatif hors d'Europe avec l'ouverture d'un bureau à São Paulo et le recrutement de Kauê Magrini

Bordeaux, le 12 août 2024 - Displayce, la principale plateforme européenne d'achat programmatique en communication digitale out-of-home (DOOH), franchit une nouvelle étape dans son développement international en ouvrant son premier bureau hors d'Europe à São Paulo, au Brésil. Pour diriger cette expansion, Kauê Magrini a été nommé Head of Sales Brésil.

Après l'ouverture d'un bureau à Bruxelles en juin dernier pour développer la région du Benelux, São Paulo marque une étape importante dans le déploiement international de Displayce. Opérant déjà plus de 21 000 écrans au Brésil en programmatique, l'implantation de Displayce dans ce pays et en Amérique latine reflète la forte croissance de l'entreprise et son engagement à renforcer son leadership sur le marché mondial du DOOH programmatique. L'avenir du secteur au Brésil est prometteur, les prévisions indiquant une croissance continue des investissements et une adoption accrue par les marques. Selon une récente étude de Kantar, les médias OOH attirent l'attention de 89 % de la population brésilienne, offrant un fort potentiel pour l'expansion de Displayce.

"Nous sommes fiers de franchir cette étape et de nous implanter pour la première fois hors d'Europe. Displayce prouve sa capacité à se développer rapidement et à ouvrir de nouveaux marchés. En effet, au cours des deux dernières années, nous avons inauguré des bureaux et recruté des équipes à Madrid, Londres et Bruxelles, et nous prévoyons d'autres ouvertures dans les mois à venir. S'implanter au Brésil constitue une décision stratégique en raison de la dynamique et de la croissance de son marché. Nous sommes convaincus que notre présence dans ce pays renforcera notre empreinte internationale." déclare **Laure Malergue, CEO et cofondatrice de Displayce.**

"Avec l'accélération de la digitalisation au Brésil, le programmatique gagne de plus en plus en pertinence et en importance pour le marché publicitaire. Les solutions DOOH, comme celle lancée par Displayce, permettent aux annonceurs de diffuser des campagnes segmentées, contextualisées, personnalisées et dynamiques sur les principaux actifs du secteur. De plus, le programmatique permet l'évolution des métriques de campagne, l'utilisation de la data et améliore les résultats des annonceurs. Les innovations sur le marché du programmatique sont stratégiques et essentielles pour générer encore plus d'engagement entre les marques et les consommateurs." affirme **João Binda, Directeur Commercial de JCDecaux Brésil.**

"L'arrivée de Displayce au Brésil ouvre de nouvelles opportunités pour une concurrence saine et une plus grande innovation dans l'achat programmatique DOOH. Ce nouveau contexte incite d'autres DSP à élever leurs standards et à offrir des solutions améliorées qui bénéficient à la fois aux annonceurs et aux agences (côté demande) et aux publishers (côté offre). Chez Clear Channel, nous sommes engagés dans l'achat programmatique et, pour cette raison, nous établissons des connexions avec les principales technologies côté offre,

permettant l'intégration avec Displayce. Nous intégrons des données précises pour garantir que les annonceurs aient accès à des métriques en temps réel de leurs campagnes, optimisant l'efficacité et l'impact de leurs stratégies média out-of-home. Nous sommes enthousiastes face aux nouvelles possibilités offertes par Displayce et confiants que sa présence sur le marché brésilien élèvera le niveau de l'achat programmatique out-of-home" déclare **Gorka Báez, Directeur Programmatique LATAM de ClearChannel.**

"Il est intéressant de voir comment le marché du DOOH programmatique évolue, notamment avec l'arrivée d'entreprises comme Displayce. Le DOOH programmatique offre des avantages significatifs, tels que la capacité de cibler des audiences basées sur des données et l'optimisation en temps réel des annonces diffusées sur les écrans digitaux. L'achat par audience est une approche de plus en plus populaire, permettant aux annonceurs d'atteindre des publics spécifiques avec plus de précision, rendant ainsi la diffusion de campagnes encore plus efficace sur notre inventaire de plus de 100 centres commerciaux et 5 000 immeubles résidentiels à travers tout le Brésil." indique **Ricardo Hilsdorf, Head of Programmatique chez Helloo.**



KAUÊ MAGRINI NOMMÉ HEAD OF SALES POUR PILOTER L'EXPANSION DE DISPLAYCE AU BRÉSIL

Avec diverses expériences dans des agences digitales et publicitaires au Brésil, Kauê Magrini apporte une connaissance approfondie du programmatique et du marché brésilien. Avant de rejoindre Displayce, il a travaillé chez SunsetDDB, PubMatic, AOL/Yahoo et Taboola, où il a acquis une expertise significative en DOOH

programmatique, en stratégie média et en développement commercial. Kauê joue un rôle clé dans l'expansion de Displayce au Brésil, en renforçant son rayonnement international. Il collabore étroitement avec les agences, régies et partenaires technologiques pour favoriser l'intégration du DOOH programmatique dans les processus de planification des campagnes et positionner Displayce comme la DSP de référence sur le marché.

"Je suis très enthousiaste d'avoir rejoint Displayce et de contribuer de manière déterminante à l'expansion de sa plateforme au Brésil. Accompagner les agences locales et les annonceurs pour promouvoir l'utilisation du DOOH programmatique est un défi stimulant. Displayce est une entreprise innovante et en pleine croissance, je suis ravi de participer à son développement en tant que premier collaborateur hors d'Europe." partage **Kauê Magrini.**

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 supports de communication digitaux 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 80 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, en Belgique et au Brésil. 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

Contact presse

Lou-Ann Heckel, PR Manager

Email : lou-ann.heckel@displayce.com