

Displayce dévoile une nouvelle identité de marque et réaffirme ses ambitions mondiales

Pionnier des solutions technologiques pour l'achat d'espaces publicitaires spécialisées dans le DOOH, Displayce dévoile une nouvelle identité de marque. Avec l'ambition de devenir la suite technologique spécialiste de l'Out-of-Home (OOH) leader dans le monde, Displayce accompagne les annonceurs, agences et régies pour répondre à leurs enjeux de visibilité et d'attention. Cette nouvelle identité illustre son engagement en faveur de l'innovation, d'une approche brand-centric, et d'un accompagnement client premium à l'échelle internationale. Avec une présence physique dans neuf villes du monde - Bordeaux, Paris, Londres, Madrid, Milan, Bruxelles, Berlin, São Paulo et Dubaï - Displayce met à disposition des marques et régies des solutions d'achat publicitaires nouvelle génération alliant intelligence artificielle, ciblage avancé et un accès à un inventaire premium de mobiliers urbains digitaux.

Une suite technologique nouvelle génération dédiée à l'Out-of-Home

Le DOOH est le média qui connaît la croissance la plus rapide. Son impact visuel, sa capacité à générer de l'attention dans des environnements à forte audience et son format non intrusif en font un levier puissant pour les marques. Intégré dans l'espace public, il permet une diffusion contextualisée et pertinente des messages, créant ainsi une véritable connexion avec les audiences. En s'intégrant pleinement au digital media mix et en influençant positivement les autres canaux, il amplifie l'efficacité globale des campagnes publicitaires. Dans ce contexte, Displayce propose une suite technologique spécialiste de la communication extérieure, offrant aux annonceurs et aux publishers des solutions de data et d'achat média performantes adaptées à leurs enjeux de visibilité.

Displayce permet aux marques d'émerger dans un environnement publicitaire concurrentiel grâce à des campagnes Out-of-Home mémorables, conçues pour attirer l'attention à des moments stratégiques et dans des lieux à forte audience. Displayce offre aux annonceurs un accès instantané au plus vaste réseau mondial d'écrans digitaux, totalisant 1,2 million d'écrans auprès de 500 régies partenaires, et leur permet de concevoir des campagnes contextualisées et impactantes, en s'appuyant sur l'intelligence artificielle et la data. Pour les régies publicitaires, Displayce offre une plateforme sécurisée pour la modélisation, la valorisation et l'activation des données first et second party liées à leurs inventaires OOH.

Ces plateformes de data et d'achat media facilitent la commercialisation de campagnes enrichies par la donnée, tout en améliorant la pertinence de leurs offres et en renforçant la performance des campagnes pour les marques. Ensemble, ces deux plateformes forment une suite OOH complète, robuste et fiable à destination des media owners.

Une identité visuelle audacieuse et tournée vers l'avenir

Displayce adopte une nouvelle identité qui reflète l'évolution de son positionnement et sa volonté d'accompagner la transformation du média OOH. Au cœur de ce changement, un nouveau logo arborant un "D" composé de formes géométriques évoquant les écrans digitaux. Un élément clé de cette refonte et du logo : le "**Sparkle**", un scintillement qui symbolise la nature du DOOH en captant instantanément l'attention et en laissant une empreinte durable. Il symbolise l'exploration, l'innovation technologique et l'ouverture vers de nouvelles perspectives. La palette de couleurs associe le violet pour représenter l'ambition, l'inclusivité et la créativité, le bleu nuit pour inspirer la confiance et le vert citrus pour incarner le dynamisme et le renouveau.

La signature "**Spark Attention with Out-of-Home**" vient souligner la mission de Displayce : créer des expériences publicitaires à fort impact, mémorables et engageantes, captant l'attention des audiences dans le monde réel. En parallèle, le [site internet](#) a été entièrement repensé afin d'offrir une navigation intuitive et fluide. Il met en avant les solutions d'achat publicitaire proposées par Displayce et reflète l'identité renouvelée de la marque, garantissant une expérience utilisateur optimisée.

« Ce nouveau design est bien plus qu'une refonte visuelle. Il témoigne de l'évolution et des aspirations futures de Displayce. Alors que nous célébrons nos 10 ans d'existence et près de 3 ans après notre alliance stratégique avec JCDecaux, nous sommes fiers de nos réalisations et de notre expansion internationale. Cette nouvelle identité pose les bases d'un avenir encore plus prometteur, tout en reflétant les attentes d'un marché en constante évolution. » déclare **Laure Malergue, CEO et cofondatrice de Displayce.**

Pour découvrir plus en détails la nouvelle identité graphique de Displayce, un dossier de presse dédié est disponible [ici](#). Le nouveau site web est consultable à l'adresse suivante : www.displayce.com.

À propos de Displayce

Displayce est une suite technologique spécialiste pionnière de l'Out-of-Home (communication extérieure), conçue pour répondre aux besoins des marques et des régies publicitaires à l'échelle mondiale. Grâce à sa plateforme d'achat (Demand-Side Platform), Displayce connecte annonceurs et agences à plus de 1 200 000 mobiliers digitaux extérieurs dans 80 pays, leur offrant ainsi le plus vaste inventaire DOOH au monde et leur permettant de concevoir des campagnes de communication extérieure contextualisées, cookieless et impactantes. Sa plateforme data (Data Management Platform) permet de centraliser, modéliser et activer les données first et second party liées à l'inventaire OOH des régies, afin de concevoir des propositions de campagnes pertinentes et performantes pour les marques. Fondée en 2014 à Bordeaux, Displayce est présent physiquement dans 8 pays (France, Espagne, Royaume-Uni, Belgique, Brésil, Italie, Emirats arabe unis et Allemagne). Depuis juillet 2022, JCDecaux a pris une participation majoritaire dans la structure. www.displayce.com. Contact presse : Lou-Ann Heckel, PR Manager - lou-ann.heckel@displayce.com