

## NIQ et Displayce collaborent pour apporter au marché européen du DOOH la mesure de l'impact sur les ventes en magasin

---

**16 septembre 2025 – Chicago, IL** – NIQ, leader mondial de l'intelligence consommateur, et Displayce, suite technologique pionnière et spécialiste de l'Out-of-Home, annoncent leur collaboration pour apporter de nouvelles capacités avancées de mesure au marché européen du DOOH. En combinant l'expertise de NIQ en matière de data consommateur avec les données issues de la plateforme d'achat média de Displayce, les annonceurs peuvent désormais relier leurs campagnes DOOH aux performances de ventes en magasin, renforçant ainsi transparence et crédibilité dans tout l'écosystème DOOH.

Depuis de nombreuses années, NIQ est une référence pour les fabricants et distributeurs, en fournissant des insights fiables sur le comportement d'achat de millions de foyers dans plus de 90 pays. Aujourd'hui, NIQ étend cette expertise au sein de l'écosystème média, mettant à disposition des annonceurs et agences de nouvelles données et solutions de mesure pour améliorer leur compréhension des consommateurs et optimiser leur ROI.

Grâce à cette collaboration, NIQ et Displayce contribuent à faire évoluer le marché du DOOH vers des solutions toujours plus activables, transparentes et orientées résultats, offrant aux marques les outils nécessaires pour prendre des décisions média plus éclairées et mesurer le véritable retour sur investissement publicitaire (ROAS).

Dans le cadre de cette collaboration, la mesure de l'impact du DOOH sur les ventes en magasin (Sales Lift Measurement) sera disponible en France, directement via la plateforme d'achat média de Displayce. La solution associe les zones couvertes par les campagnes DOOH aux données de ventes en magasin, permettant aux annonceurs de suivre les transactions avant, pendant et après une campagne. En comparant les comportements d'achat dans les zones exposées aux publicités DOOH avec des zones non exposées, les marques peuvent ainsi démontrer clairement l'impact incrémental sur les ventes, rationaliser leurs investissements et optimiser leurs activations futures.

“Nous sommes ravis d'étendre notre présence sur le marché européen du DOOH à travers une collaboration stratégique avec Displayce, qui partage nos valeurs d'innovation, de sécurité des données et de transparence. Ensemble, nous allons aider les annonceurs et agences à mieux comprendre les consommateurs et à mesurer plus efficacement l'impact de leurs campagnes”, déclare **Maureen Stapleton, Commercial Lead, NIQ Media, Europe**. “Le DOOH est un canal de plus en plus incontournable pour les marques et un pilier de notre stratégie chez NIQ Media. Notre priorité est d'aider les annonceurs et agences média à prendre des décisions éclairées, étayées par des insights consommateurs réels, et cette collaboration avec Displayce nous permet d'apporter au marché des solutions plus intelligentes et guidées par la data.”

“Chez Displayce, notre priorité est d’apporter aux annonceurs des résultats tangibles et mesurables, alignés sur leurs objectifs business. En collaborant avec NIQ, nous pouvons démontrer de manière concrète comment le DOOH programmatique contribue aux performances de ventes retail, renforçant ainsi la confiance dans le canal. Cette collaboration traduit également notre vision commune : construire un écosystème plus transparent et responsable, qui donne aux annonceurs les moyens de prendre des décisions data-driven et de révéler toute la valeur du DOOH au sein du mix média”, ajoute **Laure Malergue, CEO et fondatrice de Displayce.**

Pour célébrer cette annonce, NIQ et Displayce seront présents au DOOH Café lors du salon DMEXCO à Cologne, les 17 et 18 septembre.

#### A propos de NIQ

NielsenIQ (NIQ) est un leader mondial de l’intelligence consommateur, offrant une compréhension complète des comportements d’achat et ouvrant de nouvelles perspectives de croissance. Sa couverture internationale s’étend à plus de 90 pays, représentant environ 85 % de la population mondiale et plus de 7,2 trillions de dollars de dépenses de consommation. Grâce à une lecture holistique du retail et des insights consommateurs complets, associés à des analyses avancées et des plateformes de pointe, NIQ délivre la Full View™.

Pour en savoir plus : [www.niq.com](http://www.niq.com)

#### A 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 média (Demand-Side Platform), Displayce connecte annonceurs et agences à plus de 1 600 000 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, Allemagne, Italie, Brésil et Emirats arabe unis). Depuis juillet 2022, JCDecaux a pris une participation majoritaire dans la structure. [www.displayce.com](http://www.displayce.com)

**Contact presse** : Lou-Ann Heckel, PR Manager - [lou-ann.heckel@displayce.com](mailto:lou-ann.heckel@displayce.com)