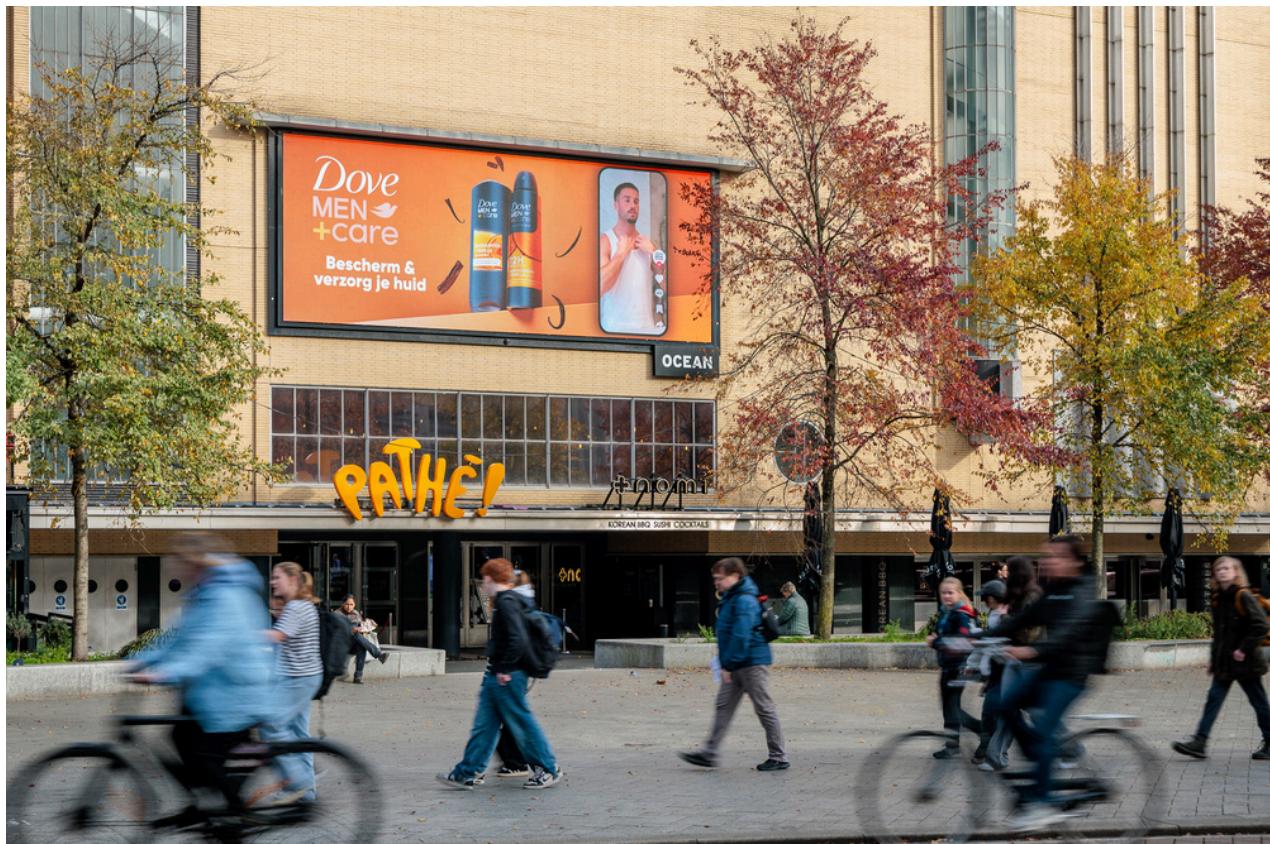


Displayce s'associe à TikTok pour étendre les campagnes mobiles aux écrans Digital Out-of-Home à travers l'Europe

Bordeaux, 20 janvier 2026 - Displayce, suite technologique spécialiste et pionnière de l'Out-of-Home, annonce une collaboration avec TikTok pour activer la solution Out of Phone (OOP). Grâce à ce partenariat, Displayce donne vie aux campagnes TikTok au-delà des écrans mobiles, dans l'espace public. Ce partenariat est actif dans toute l'Europe.



Campagne Displayce x Tiktok x Unilever - Amsterdam - Ocean Outdoor

Apporter la créativité de TikTok aux écrans DOOH

L'initiative Out of Phone de TikTok étend la créativité et le divertissement de la plateforme au-delà de l'expérience mobile, permettant aux audiences de découvrir leurs contenus hors du téléphone, dans le monde physique. Le partenariat permet aux campagnes d'apparaître sur des écrans DOOH premium à forte visibilité, comme JCDecaux, Bauer Media ou Ocean Outdoor, situés dans des zones urbaines clés, des lieux à fort trafic et des écrans spectaculaires dans des sites emblématiques, garantissant visibilité et impact. Il associe aussi la création en motion design à une expertise avancée en diffusion, donnant vie aux contenus TikTok sur les écrans digitaux urbains.

Pour les marques et les agences, cette collaboration ouvre de nouvelles possibilités créatives en combinant la portée de TikTok avec l'échelle et l'impact du Digital Out-of-Home. Étendre les campagnes TikTok au DOOH permet aux annonceurs de prolonger l'impact des histoires et créateurs TikTok dans l'espace public, assurant continuité et cohérence avec l'expérience mobile.

Amplifier l'impact à travers les canaux

La complémentarité entre les réseaux sociaux et le Digital Out-of-Home crée également un puissant effet de halo. Utilisé aux côtés des campagnes sociales, le DOOH peut augmenter l'efficacité globale jusqu'à 20 %, renforçant engagement, notoriété et mémorisation du message sur plusieurs plateformes (source : IPA Databank). Les écrans grand format et à forte visibilité renforcent le storytelling des marques et amplifient la visibilité in-app aux moments clés de la journée. En apparaissant dans des environnements qualitatifs contextuellement pertinents, le DOOH complète les canaux sociaux et digitaux, aidant les annonceurs à construire des narratifs cohérents et impactants sur tous les écrans et formats.

"S'associer à TikTok reflète notre engagement à accélérer la croissance du DOOH programmatique grâce à des alliances stratégiques." Pablo Fugazza, AdTech Partnerships Director chez Displayce.

"Cette collaboration marque une étape importante dans l'évolution du Digital Out-of-Home programmatique. En joignant nos forces à TikTok, nous rapprochons deux médias puissants - social et outdoor - pour offrir un impact mesurable et culturellement pertinent aux marques à travers l'Europe." Laure Malergue, CEO et co-fondatrice de Displayce.

"Grâce à notre partenariat avec Displayce, les contenus TikTok sponsorisés par les annonceurs atteignent notre communauté au-delà de la plateforme, directement dans le monde réel. Nous sommes ravis d'intégrer Displayce à notre programme Out of Phone et impatients de construire ensemble des partenariats significatifs avec nos clients". Jade Walton, Director of Business Development, EMEA Global Media & Licensing Partnerships chez Tik Tok.

A propos de Tik Tok

TikTok est la destination leader pour les vidéos mobiles courtes. Notre mission est d'inspirer la créativité et d'apporter de la joie. Le siège mondial de TikTok se trouve à Los Angeles et Singapour, avec des bureaux à New York, Londres, Dublin, Paris, Berlin, Dubaï, Jakarta, Séoul et Tokyo.

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 1 800 000 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 arabes unis). Depuis juillet 2022, JCDecaux a pris une participation majoritaire dans la structure. www.displayce.com.