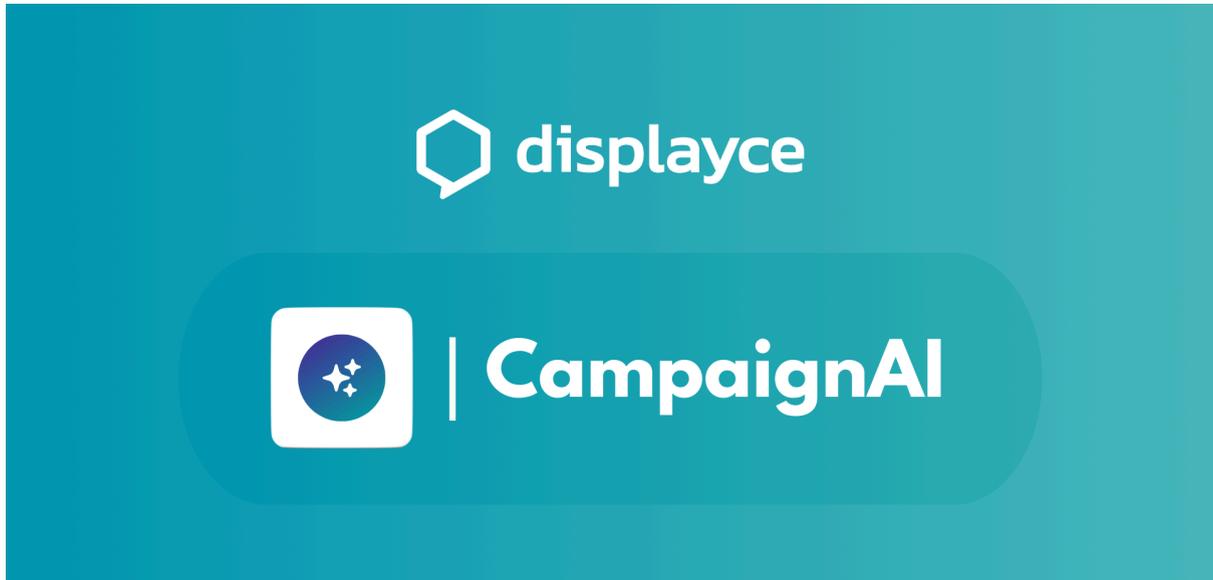


IA générative et DOOH : Displayce devient la première plateforme publicitaire à mettre l'intelligence générative au service de la création de stratégies DOOH personnalisées



Bordeaux, le 9 septembre 2024 - Displayce, leader européen de l'achat programmatique en communication digitale extérieure, marque une nouvelle étape en devenant la première plateforme spécialisée à intégrer une intelligence artificielle générative pour la recommandation de stratégies DOOH personnalisées. Après un an de recherche et développement, Displayce lance CampaignAI, un assistant intelligent conçu pour transformer la manière dont les annonceurs et agences conçoivent leurs campagnes DOOH.

Alors que les outils d'intelligence artificielle connaissent une adoption exponentielle, générant des gains de productivité estimés à 4,4 milliards de dollars à l'échelle mondiale, les agences publicitaires placent l'intelligence générative parmi les quatre sujets les plus attractifs en 2024. Displayce, déjà pionnière dans l'utilisation de l'intelligence artificielle pour l'optimisation des achats DOOH, franchit un nouveau cap en intégrant l'intelligence générative à sa plateforme programmatique, devenant ainsi la première à proposer une telle innovation dans ce domaine.

CampaignAI ne se contente pas de simplifier la création de campagnes DOOH, il révolutionne le processus en analysant les briefs clients pour générer des stratégies personnalisées parfaitement alignées sur les objectifs marketing et les audiences cibles. Grâce à cette innovation, chaque campagne bénéficie d'une précision inégalée, en s'appuyant sur des scénarios personnalisés et basés sur la donnée. Cette approche permet non seulement de gagner en efficacité, mais aussi de maximiser l'impact des campagnes publicitaires. L'utilisateur de la plateforme est ainsi libre de choisir la recommandation la plus pertinente, permettant de scénariser des plans médias qui touchent l'audience dans les

contextes les plus pertinents – en fonction du lieu, du moment de la journée et des activités avoisinantes.

“Intégrer l'IA générative dans le DOOH présente des défis complexes, comme la gestion des hallucinations de l'IA, qui peuvent générer des stratégies irréalistes, et l'adaptation aux spécificités du DOOH, notamment l'environnement, le moment et le contexte de diffusion. Avec mon équipe, nous avons relevé ces défis en combinant les dernières avancées en Retrieval-Augmented Generation (RAG), le fine-tuning de modèles existants, et notre base de connaissances accumulée à partir de milliers de campagnes DOOH. Grâce à des algorithmes d'évaluation avancés, seules les stratégies les plus pertinentes sont retenues. CampaignAI est le premier composant d'une suite d'outils IA que nous prévoyons d'enrichir pour intégrer davantage les spécificités des médias, des creatives, des annonceurs, et des données de ciblage.” explique **Hayssam Soueidan, Chief Technology Officer de Displayce.**

Conçu pour les annonceurs mais aussi les agences médias plus expertes, **CampaignAI** permet de répondre à des problématiques comme : “*Je souhaite promouvoir une nouvelle marque de vélo en France*” ou encore “*Quel est le meilleur plan média pour une marque de montre durant le Black Friday?*”. Identifier de nouvelles pistes créatives, sources de données, ciblage ou écrans digitaux est maintenant possible en quelques clics seulement. Grâce à cette nouvelle solution, le temps de création d'une campagne DOOH est considérablement réduit, permettant ainsi aux annonceurs et agences médias de se concentrer sur leur vision stratégique et l'engagement client, tout en laissant **CampaignAI** les inspirer dans des stratégies personnalisées, originales et efficaces.

« *CampaignAI est le fruit d'un an de recherche et développement, durant lequel nous avons minutieusement analysé de nombreux briefs et stratégies. Nous avons constaté que les recommandations se concentrent souvent sur les mêmes panneaux et audiences, car la quantité de segments d'audience et de panneaux disponibles rend l'exploration difficile pour un humain. C'est pourquoi CampaignAI se distingue en automatisant ces processus, tout en demandant des briefs plus détaillés sur les objectifs des campagnes en langage naturel. Cette approche permet non seulement de rendre le DOOH plus accessible, mais aussi de garantir des stratégies publicitaires exploitant davantage le grand nombre de données maintenant disponibles en programmation pour ce média. Nous sommes fiers d'être les premiers à offrir une telle solution, ouvrant ainsi la voie à une nouvelle ère de la publicité digitale extérieure.* » indique **Laure Malergue, CEO et co-fondatrice de Displayce.**

A propos de Displayce

Displayce est la plateforme européenne 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 près de 50 experts, avec des bureaux en France, Espagne, Royaume-Uni, 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

Site Web : www.displayce.com