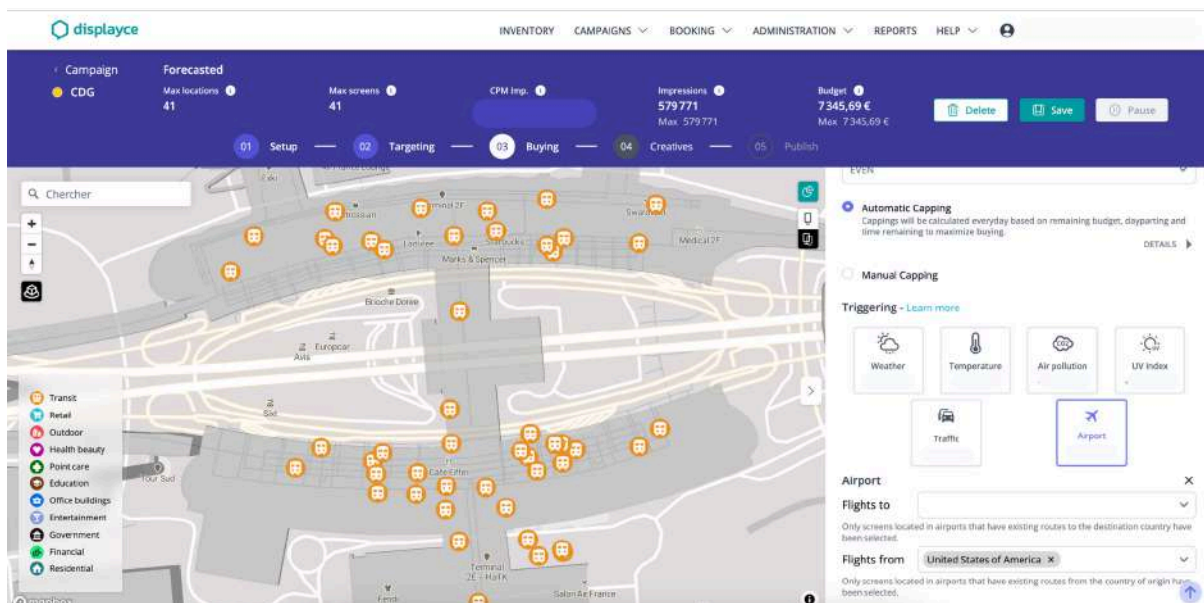


Displayce et JCDecaux lancent en exclusivité “Airport Live Triggering” une solution de ciblage multi-aéroports des voyageurs en temps réel

Bordeaux, le 3 octobre 2024 – Displayce, plateforme européenne leader de l’achat programmatique en communication digitale extérieure, dévoile “Airport Live Triggering” en partenariat avec JCDecaux, numéro un mondial de la communication extérieure. Cette nouvelle fonctionnalité, exclusive à la DSP Displayce, permet de déclencher en self-service et en temps réel des campagnes DOOH sur plusieurs aéroports du réseau JCDecaux en simultané, en s’appuyant sur des données telles que les portes d’embarquement et de débarquement des vols.

Displayce est la première plateforme à avoir combiné et modélisé l’emplacement exact des écrans JCDecaux au sein des aéroports internationaux avec les données de Cirium, un partenaire de premier plan qui offre une base de données mondiale et uniforme sur l’intégralité des 100 000 vols qu’il couvre par jour, soit 97% des vols du monde entier. Cette modélisation permet d’activer des écrans DOOH le long du parcours dans l’aérogare des voyageurs d’un vol, en fonction de sa provenance ou de sa destination. Cette nouveauté, travaillée en collaboration avec JCDecaux et son entité data, permet aux agences et aux marques d’activer elles-mêmes, via la DSP Displayce, les bons écrans digitaux en fonction de l’itinéraire des passagers, et ainsi assurer la portée et la répétition de la campagne auprès du bon public, au bon moment. L’engagement auprès de leur cible est ainsi renforcé, et la contextualisation des campagnes poussée un cran au-dessus.

« Nous avons modélisé les données first-party des positions des mobiliers et parcours dans les aéroports JCDecaux et les données third-party de Cirium, afin de proposer des ensembles de données uniformes sur les aéroports, pour pouvoir cibler les passagers de plusieurs aéroports en même temps. A l’avenir, nous envisageons d’intégrer également les données first-party des aéroports eux-mêmes afin de répondre à des besoins plus spécifiques. Nous sommes fiers d’offrir aux marques une solution exclusive pour se connecter avec leur public de manière pertinente, tout en maximisant leur campagne DOOH. » précise **Laure Malergue, CEO et co-fondatrice de Displayce.**



Une entreprise dans le secteur bancaire va par exemple être en capacité de cibler des passagers américains, provenant de différents aéroports aux Etats-Unis et se rendant en France, pour faire la promotion de ses services. La campagne va pouvoir être programmée pour être diffusée 2 heures avant le départ des vols à destination de Paris-Charles de Gaulle, et suivre les passagers tout au long de leur parcours dans les différents aéroports, de l'entrée de l'aéroport au départ du vol, de l'arrivée du vol jusqu'à la sortie de l'aéroport.

Cette nouvelle fonctionnalité va permettre aux annonceurs d'entrer en contact avec plus de 70 millions de passagers par mois, générant près de 2 milliards de vues sur un réseau de plus de 4 113 écrans exploités par JCDecaux dans les aéroports les plus fréquentés au monde (aux Etats-Unis dans les aéroports internationaux de Los Angeles et Miami, en Europe dans ceux de Londres Heathrow, Paris-Charles-de-Gaulle, Francfort, Lisbonne, Paris-Orly, Milan, Bruxelles, Luxembourg, Zurich et Edimbourg, ainsi qu'en Asie-Pacifique dans les aéroports internationaux de Hong Kong, Singapour et Sydney).

Jérôme Lepage, Directeur du marketing et du développement commercial - Division Transports de JCDecaux, a déclaré : *« Alors que nous avons lancé en début d'année la première offre programmatique DOOH internationale dans les aéroports, nous nous réjouissons d'ajouter maintenant et en exclusivité cette toute nouvelle fonctionnalité de ciblage simultané sur plusieurs de nos plateformes aéroportuaires internationales. À l'heure où l'écosystème digital connaît de profondes transformations, cette innovation majeure permet aux annonceurs et à leurs marques d'exploiter l'incroyable potentiel de la publicité programmatique dans l'environnement aéroportuaire. »*

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, Brésil et en Italie. 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 - lou-ann.heckel@displayce.com