



COMMUNIQUE

Paris, le 11 septembre 2017

Digital-Out-Of-Home (DOOH) : Total, Vizeum et AMNET testent le ciblage Data en programmatique, grâce à Displayce et adsquare.

Le Trading Desk AMNET teste en avant-première le ciblage Data proposé par **adsquare** via la connexion de centaines de segments à la plateforme d'achat programmatique DOOH, **Displayce**.

Et c'est **Total Marketing Services**, dans le cadre d'une campagne de soutien au Covoiturage, et accompagné par l'agence conseil média **Vizeum**, **qui a été le premier annonceur à bénéficier de ces nouvelles possibilités de ciblage**, en l'occurrence sur la cible 18-34 jeunes actifs cet été.

« Grâce à adsquare et Displayce, le DOOH programmatique a beaucoup évolué en à peine plus d'un an. Les capacités de ciblage, à l'origine essentiellement réduites à des déclinaisons géographiques de cibles, sont aujourd'hui beaucoup plus évoluées et s'apparentent davantage à de *l'audience planning*, comme on le fait depuis longtemps en digital. C'est une très bonne nouvelle pour nos clients », se réjouit Marie Le Guével, CEO d'AMNET.

Selon Arnaud Ledoux, Head of Digital Communication Department chez Total Marketing Services : « Coupler la visibilité d'un affichage avec les possibilités de ciblage propres au digital est forcément intéressant. D'autant que le coût de ces formats reste très compétitif par rapport à d'autres formats digitaux. Nous sommes ravis que notre agence Vizeum nous ait permis d'avoir eu accès à ce genre de dispositif. »

« Ces premiers tests confirment le bien-fondé de notre positionnement programmatique basé sur le ciblage d'audience, et nous sommes très heureux de les réaliser avec AMNET – premiers à nous avoir fait confiance sur le lancement de notre DSP DOOH », déclare Marie Gaestel, co-fondatrice de Displayce.

« Ces nouveaux médias programmatiques nous offrent de nouvelles opportunités de développement, et en même temps, donnent encore plus de pertinence et de complémentarité à nos données d'audience mobile first », conclut Nicolas Méar, Sales Director France d'adsquare.

A propos d'AMNET :

Créé en 2012, AMNET France est un Trading Desk accompagnant plus de 200 annonceurs en France et à l'international, sur des problématiques RTB élargies allant du Branding à la Performance, en passant par le multi-screen, la création de DMP, et les nouveaux leviers digitaux programmatiques (TV, radio, OOH).

À propos de Total :

Total est un groupe mondial et global de l'énergie, l'une des premières compagnies pétrolières et gazières internationales, et un acteur majeur de l'énergie solaire avec SunPower et Total Solar. Ses 98 000 collaborateurs s'engagent pour une énergie meilleure, plus sûre, plus propre, plus efficace, plus innovante, et accessible au plus grand nombre. Présent dans plus de 130 pays, Total met tout en œuvre pour que ses activités soient accompagnées d'effets positifs dans les domaines économiques, sociaux et environnementaux.

À propos de Vizeum :

Créée en 2003, Vizeum est une agence intégrée de conseil média du groupe Dentsu Aegis Network. Vizeum propose un modèle d'intégration unique illustré autour de « Connections that Count », basé sur la connaissance optimale du consommateur et de son environnement, pour un accompagnement sur-mesure. Grâce à une équipe de plus de 100 collaborateurs en France associée à une structure internationale présente dans 55 pays, Vizeum révèle la puissance d'une agence en réseau. En 2015, Vizeum France s'est totalement réinventée pour se positionner comme l'agence qui « questionne les questions » pour challenger les réponses établies. Elue Agence Média de l'année 2015 par « Les Agences de l'Année » et Agence Média de l'année 2016 by « Offre Media », Vizeum a aussi remporté le prix de la satisfaction clients et le prix des contenus par « Offre Média ». En 2017, VIZEUM est l'« Agence Média de l'année », élue pour la seconde fois consécutive au « XXXVII^e Grand prix des Agences Médias » par les agences de l'année. Déployée sur le pilotage du trading et de l'efficacité, ainsi que sur le triptyque média-data-story, l'agence se positionne aujourd'hui comme un « Value Partner » pour ses clients et propose une écriture nouvelle : média et création. Retrouvez VIZEUM France sur www.vizeum.fr | [Facebook](#) | [Twitter](#) | [Instagram](#)

A propos de Displayce :

Fondé en 2014 par Laure Malergue, Displayce est le 1er DSP dédié à l'affichage digital (DOOH). Dotée d'un large réseau de + de 34 000 panneaux digitaux, soit plus de la moitié du parc digital français, la plateforme d'achat programmatique permet aux agences et annonceurs d'acheter de manière automatisée et ciblée des espaces publicitaires sur les écrans digitaux situés en extérieur (dans les rues, stations essence, autoroutes...) et en intérieur (dans les centres commerciaux, salles d'attente, salles de fitness...).

Pour plus d'information : www.displayce.com | Twitter : @displayce_media

A propos d'adsquare :

adsquare est un data exchange mobile transparent et neutre, qui permet aux annonceurs, aux éditeurs et aux fournisseurs de données de collaborer dans un environnement fiable, sécurisé et respectueux de la vie privée. La plateforme est mobile first, elle opère en temps réel et permet aux annonceurs d'actionner la donnée pour un ciblage d'audience panoramique et pour des stratégies de moment marketing. Notre Audience Management Platform (AMP) en self-service, donne un contrôle et une transparence totale aux acteurs de la demande pour choisir le bon fournisseur de données,

modéliser leurs segments sur-mesure et les activer au sein de la plateforme d'achat programmatique de leur choix. adsquare offre l'accès à un portefeuille de données provenant du mobile, online ou offline, proposant de la donnée geo-comportementale, d'usage d'applications, socio-demographique, d'achats ou d'intérêts. Par ailleurs, les acheteurs peuvent parcourir la marketplace pour mettre en place des private deals avec des propriétaires de donnée first party, incluant des développeurs d'applications, des fournisseurs de données third-party, de la donnée Tel-Co ou e-commerce. L'offre adsquare Data Alliance permet quant à elle de répondre aux besoins des annonceurs en termes de données validées, à l'échelle, en agrégeant des sources de donnée déterministe et des segments third-party validées. La plateforme d'adsquare possède la certification ePrivacy, confirmant ainsi son strict respect des lois européennes en matière de vie privée. Pour plus d'informations, voir notre site web <http://www.adsquare.com> et suivez-nous sur @adsquarecom ou bien contactez-nous à cet email info@adsquare.com.