Criteo ernennt Adam Marki zum VP, Performance Media, Agencies EMEA

Bei Criteo soll Adam Marki die Agenturstrategie des Unternehmens in der gesamten EMEA-Region leiten und die strategischen Partnerschaften mit großen Agenturgruppen stärken

München, 16. November 2026 – Criteo (NASDAQ: CRTO), die globale Commerce Intelligence Plattform, hat heute Adam Marki zum VP, Performance Media, Agencies EMEA, ernannt. Adam Marki wechselt von TF1 PUB zu Criteo, wo er zuletzt als stellvertretender Geschäftsführer für den Bereich Digital verantwortlich war. Er wird die Agenturstrategie von Criteo in der gesamten EMEA-Region leiten und an Marc Fischli, Executive Managing Director, International Markets bei Criteo, berichten. Mit dieser Ernennung will Criteo seine Rolle in den Medienstrategien von Agenturen weiter stärken und neue Wachstumsmöglichkeiten für sein Performance Media-Geschäft erschließen.

Adam Markis wird in seiner neuen Funktion die Zusammenarbeit mit führenden Agentur-Holdinggesellschaften und unabhängigen Agenturen in der EMEA-Region ausbauen. Sein Fokus liegt darauf, langfristige Beziehungen zu stärken, Partnerschaften weiterzuentwickeln und gemeinsame Wachstumspläne zu gestalten. Zugleich bringt er die Perspektiven von Agenturen und Werbetreibenden ein, um Innovationen voranzutreiben, die ihnen helfen, sich in einer zunehmend fragmentierten Medienlandschaft zurechtzufinden und messbare Ergebnisse für ihre Kunden zu erzielen.

„Wir freuen uns sehr, Adam bei Criteo willkommen zu heißen. Seine fundierten Kenntnisse des Werbeökosystems, der Herausforderungen im Programmatic-Bereich und der Erwartungen von Agenturen werden uns dabei helfen, unsere Ziele in der gesamten EMEA-Region zu erreichen“, sagte Marc Fischli, Executive Managing Director, International Markets bei Criteo. „Sein beruflicher Werdegang gibt ihm eine besondere Perspektive auf die Herausforderungen unserer Partner – sowohl aus Sicht führender Technologieplattformen als auch aus der eines großen Medienkonzerns. Diese Erfahrung wird dazu beitragen, unsere strategischen Partnerschaften zu stärken, Agenturen in einer sich rasch wandelnden Medienlandschaft zu unterstützen und das Potenzial von Criteos Performance-Media-Lösungen voll auszuschöpfen.“

Adam Marki verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in den Bereichen Werbung und AdTech sowie über fundierte Kenntnisse digitaler Geschäftsstrategien und der Zusammenarbeit mit Agenturen in der EMEA-Region. Bevor er zu Criteo kam, war er seit September 2024 als stellvertretender Geschäftsführer Digital bei TF1 PUB tätig. Dort leitete er den digitalen Vertrieb und trug zum Wachstum der Werbeumsätze im Digitalbereich bei, insbesondere im Zusammenhang mit TF1+. Zu seinem Aufgabenbereich gehörten außerdem Werbeautomatisierung und Adressierbarkeit, darunter Programmatic Advertising und Addressable TV. Zuvor leitete er bei Google den Agenturbereich. Zu Google kam er 2019, nachdem er Positionen bei Meta, Microsoft und Lagardère Publicité innegehabt hatte. Bei Lagardère Publicité begann er 2003 seine Karriere. Adam Marki hat zwei Master-Abschlüsse:

einen in Innovation und Unternehmertum von der HEC sowie einen in Marketing und Werbung von der Paris School of Business.

„Ich freue mich, in dieser spannenden Phase zu Criteo zu kommen. KI verändert die Werbebranche grundlegend, und die Nachfrage nach messbaren Geschäftsergebnissen ist größer denn je. Mediaagenturen treiben diesen Wandel maßgeblich voran. Gemeinsam mit Criteo wollen sie Daten und fundierte Einblicke in den Handel in konkrete, wirkungsvolle Signale für Marken übersetzen. Wenn wir die strategische Markenexpertise der Agenturen mit der Technologie von Criteo verbinden, können wir ambitionierte Partnerschaften schaffen, die mutige Ideen in messbares Wachstum in der gesamten EMEA-Region verwandeln. Ich freue mich darauf, gemeinsam mit unseren Teams und Partnern loszulegen“, fügte Adam Marki hinzu.

Kontakt:

Criteo Public Relations:
Florian Herzing, f.herzing@criteo.com
Trilligent (PR-Agentur), criteo@trilligent.com

Über Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) ist die globale Commerce Intelligence-Plattform, über die Brands, Agenturen, Retailer und Publisher ihre Performance steigern. Basierend auf proprietären Commerce-Daten aus jährlichen Umsätzen von mehr als 1 Billion US-Dollar sowie zwei Jahrzehnten an KI-Innovation unterstützt Criteo Unternehmen im gesamten Ökosystem dabei, intelligentere Entscheidungen zu treffen, bessere Ergebnisse zu erzielen und relevantere Shopping-Erlebnisse zu gestalten. Mit Tausenden von Kunden und engen Partnerschaften im weltweiten Retail und digitalen Commerce stellt Criteo die Technologie und die Erkenntnisse bereit, mit denen Unternehmen wettbewerbsfähig bleiben und wachsen. Weitere Informationen unter criteo.com.

Forward Looking Statements Disclosure

This press release contains certain forward-looking statements within the meaning of the U.S. federal securities laws. Forward-looking statements include statements regarding our financial condition, results of operations, cash flows, plans, objectives, future performance and business, our expectations regarding our market opportunity and future growth prospects, including the expansion and growth of our CTV business, and other statements that are not historical facts and involve risks and uncertainties that could cause actual results to differ materially.

Factors that might cause or contribute to such differences include, but are not limited to: failure related to our technology and our ability to innovate and respond to changes in technology, including our use and expected use of AI; uncertainty regarding our ability to access a consistent supply of internet display and CTV advertising inventory and expand access to such inventory; investments in new business opportunities and the timing of these investments; our ability to expand and grow our CTV business as anticipated; whether the projected benefits of acquisitions or strategic transactions, including the

completed redomiciliation from France to Luxembourg (the "Conversion") and the proposed transfer of our legal domicile from Luxembourg to the United States via the merger of the Company into a newly incorporated and wholly-owned U.S. subsidiary (the "U.S. Merger"), materialize as expected; uncertainty regarding our international operations and expansion, including related to changes in a specific country's or region's political or economic conditions or policies and related uncertainties (such as the imposition and enforceability of tariffs); the impact of competition or client in-housing; uncertainty regarding legislative, regulatory or self-regulatory developments regarding data privacy matters and the impact of efforts by other participants in our industry to comply therewith; our ability to obtain and utilize certain data as a result of consumer concerns regarding data collection and sharing, as well as potential limitations in accessing data from third parties; failure to enhance our brand cost-effectively, recent growth rates, including in our CTV business, not being indicative of future growth; client flexibility to increase or decrease spend; our ability to manage growth, potential fluctuations in operating results, our ability to grow our base of clients, and the financial impact of maximizing Contribution ex-TAC, as well as risks related to future opportunities and plans, including the uncertainty of expected future financial performance and results; changes in general political, economic and competitive conditions and specific market conditions; adverse changes in the advertising industry; changes in applicable laws or accounting practices; failure to obtain the required shareholder vote to adopt the proposals needed to complete the U.S. Merger; failure to satisfy any of the other conditions to the U.S. Merger; the U.S. Merger not being completed; the impact or outcome of any legal proceedings or regulatory actions that may be instituted against us in connection with the Conversion or the U.S. Merger; failure to maintain the listing of our shares on Nasdaq or failure to list our stock on the New York Stock Exchange following the U.S. Merger or maintain our listing thereafter; inability to take advantage of the potential strategic opportunities provided by, and realize the potential benefits of, the Conversion or the U.S. Merger; the disruption of current plans and operations by the Conversion or the U.S. Merger; the disruption to the Company's relationships, including with employees, landowners, suppliers, lenders, partners, governments and shareholders; the future financial performance of Criteo, including our anticipated growth rate and market opportunity; changes in shareholders' rights as a result of the Conversion or the U.S. Merger; difficulty in adapting to operating under the laws of Luxembourg or the United States; the delay or abandonment of the U.S. Merger; costs or taxes related to the Conversion or the U.S. Merger; and those risks detailed from time-to-time under the caption "Risk Factors" and elsewhere in the Company's SEC filings and reports, including the Company's Annual Report on Form 10-K for the fiscal year ended December 31, 2025, filed with the SEC on February 26, 2026, as amended, and in subsequent Quarterly Reports on Form 10-Q and the Registration Statement on Form S-4 filed in connection with the U.S. Merger, as well as future filings and reports by the Company and any filings made in connection with the U.S. Merger. Importantly, at this time, macro-economic conditions including inflation and fluctuating interest rates in the U.S. have impacted and may continue to impact Criteo's business, financial condition, cash flow and results of operations. Accordingly, a forward-looking statement is neither a prediction nor a guarantee of future events or circumstances and those future events or circumstances may not occur. You should not place undue reliance on the forward-looking statements, which speak only as of the date of this release.

Except as required by law, the Company is under no obligation, and expressly disclaims any obligation, to update or alter any forward-looking statements contained in this release, whether as a result of new information, future events, changes in expectations or otherwise.