



Criteo lanza su plataforma self-service de Retail Media en Europa

- La nueva plataforma permite a las marcas y anunciantes comprar anuncios en las páginas webs de los retailers líderes.
- Los retailers pueden utilizar la plataforma para monetizar el tráfico en sus páginas web y mantener una experiencia de compra relevante y personalizada para el consumidor.
- El 84% de los profesionales del marketing coincide en que invertirían más en Retail Media si contaran con una sola plataforma que les otorgara acceso a múltiples retailers, según revela un reciente estudio de Forrester Consulting.

Madrid, 14 de octubre de 2020.- [Criteo S.A.](#) (NASDAQ: CRTO), la plataforma tecnológica global, lanza hoy **su plataforma self-service de Retail Media en Europa**. A medida que los consumidores continúan desplazando el gasto hacia el comercio electrónico, los medios digitales de retail son fundamentales para ayudar a los retailers a mantener los márgenes y a las marcas a atraer a los consumidores en el punto de venta.

La nueva plataforma de Retail Media de Criteo, **ahora disponible en España**, está diseñada para elevar el Retail Media a un nuevo nivel, proporcionando a los retailers una plataforma para emonetizar el tráfico en sus páginas web y permitiendo a las marcas y agencias la compra espacios publicitarios en las páginas webs de los retailers, utilizando flujos de trabajo y métricas estandarizados.

"El Retail Media ofrece a los retailers una fuente adicional de ingresos en un panorama cada vez más competitivo de ecommerce y retail. Estimamos que el mercado de Retail Media se encuentra entre quince y veinticinco billones de dólares en todo el mundo", **explica Geoffroy Martin, EVP y General Manager, Growth Portfolio en Criteo.** "Para las marcas, el Retail Media permite llegar a audiencias de alto valor, sin depender de cookies de terceros y vinculando el gasto en publicidad directamente a los resultados de las ventas. Además, en la era digital, las marcas están más expuestas a problemas de Brand Safety, y el Retail Media proporciona un hogar seguro para las inversiones en publicidad digital", concluye Geoffroy Martin.

La plataforma de Retail Media de Criteo está perfectamente posicionada para atender la evolución del mercado europeo de Retail Media al detalle. Las marcas están desplazando cada vez más sus presupuestos al Retail Media, como demuestra el estudio "Consumer Product Brands: It's Time to Take Control of Your Retail Media Destiny" de Forrester Consulting. De hecho, mientras el crecimiento de la venta online continúa, el 71% de los anunciantes europeos valora el Retail Media porque permite a las marcas seguir la evolución del comportamiento de compra de los consumidores desde el retail físico hasta el ecommerce.

Además, es probable que la trayectoria de crecimiento del Retail Media continúe a medida que los retailers y las marcas accedan a mejores herramientas para gestionar las inversiones. Como demuestra el **estudio de Forrester Consulting, el 90% de las marcas afirma que dedicarían más presupuesto al Retail Media si las plataformas publicitarias de los retailers permitieran una mayor mensurabilidad, control y transparencia.** Al reunir los formatos de anuncios de productos patrocinados y de display y permitir más flexibilidad en las creatividades, el targeting y los controles de inventario, la nueva plataforma de Criteo proporciona a las marcas, agencias y retailers la transparencia y el control que necesitan para ampliar sus negocios de Retail Media.

"El Retail Media ha desempeñado un papel cada vez más importante en el crecimiento del comercio digital para las marcas en los últimos dieciocho meses, pero debido a la aceleración de la tecnología digital provocada por el Covid-19, realmente no ha habido un momento más crucial para que las marcas se inclinen por la activación del Retail Media", afirma **Stuart Johnston, Director de Comercio de Omnichannel en Publicis.** "La nueva plataforma Retail Media de Criteo reduce los inconvenientes que existen en toda la industria en cuanto a inventario, permitiendo a las marcas conectar con los consumidores en base a un rico conocimiento del



comportamiento cercano al punto de conversión, de una manera que hasta ahora no había sido posible. El beneficio obvio de esta poderosa plataforma es que podemos aumentar la eficiencia de los presupuestos de publicidad en el entorno del retail".

Desde 2016, Criteo ha impulsado los programas de Retail Media de retailers, marcas y agencias líderes como Leclerc, MyToys y Under Armour. La nueva plataforma Retail Media ya se puso en marcha en Estados Unidos y Canadá en mayo de 2020. Este lanzamiento demuestra la visión de Criteo para soluciones de full-funnel y la búsqueda de diversificación de su cartera de productos.

Criteo (NASDAQ: CRTO) es la compañía tecnológica global que impulsa a los marketers a través de publicidad impactante y de confianza. 2.700 empleados dan servicio a 20.000 anunciantes y a miles de publishers en todo el mundo, ofreciendo una publicidad eficaz en todos los canales. A través del machine learning, Criteo es capaz de analizar conjuntos de millones de datos. Ofrece a las empresas, independientemente de su tamaño, la tecnología que necesitan para conocer y atender mejor a sus clientes. Para más información, visita www.criteo.com/es

CONTACTO PARA LA PRENSA

Contactos Criteo

Aline Dubucq

Criteo

Tel : +33 6 37 98 20 29

a.dubucq@criteo.com

Miriam Sarralde / Ángela Treviño

Trescom for Criteo – Trescom Comunicación

Tel.: 91 411 58 68 / 695 446 051

miriam.sarralde@trescom.es / angela.trevino@trescom.es